

第一篇 企業概論





第一章 緒論

是非題

- (×) ▲企業的基本功能，與管理的功能是相同的。
註解 企業功能：生產、行銷、人事、財務及研究；管理功能：計劃、組織、協調、指揮及控制。
- (○) ▲「管理循環」與「行政三聯制」，就其意義來說是相同的。
- (×) ▲計劃、組織、用人、領導及控制是「企業五大機能」，而「管理五大機能」為生產、人事、財務、行銷及研究發展。
註解 企業五大機能為生產、人事、財務、行銷及研究發展；管理五大機能為計劃、組織、協調、指揮及控制。
- (○) ▲企業管理在追求組織效率和效能。(91農九職等)
- (○) ▲蔣中正先生所指示之「計劃、執行、考核」俗稱「行政三聯制」，原為一般現代管理機能之精神所在。
- (○) ▲企業管理的目的，在減低成本，提高效率，爭取企業經營者及其財貨勞務提供者的最大利益，並提供消費大眾最滿意的消費行為，造就社會的安定與進步。
- (○) ▲良好的經營管理，要有健全的組織及週全的策劃，而且要管理人員具有良好的領導及控制方式與能力。



農會考企業管理

- (○) ▲凡處理事務及對人的指導使其循序進行，以達到預定的任務與目標者都可稱為「管理」。
- (○) ▲資本不是企業經營最重要的資源。〈88農九職等〉
- (○) ▲凡經營之事業，以營利為目的者，謂之企業。
- (○) ▲主其事者謂「管」、治其事者謂「理」。
- (○) ▲農會是農民團體，所以其經營能以企業管理之方式為之。
- (○) ▲計劃、執行、控制3個步驟循環不息，稱為管理循環。
- (○) ▲企業管理在追求組織效率和效能。



第二章 管理演進

是非題

(×) ▲人類不斷研究「管理」，其發展過程，依次概可分為4個階段：一「傳統」管理；二「管理」科學；三「行為科學」；四「科學管理」。

註解其發展過程，依次概可分為4個階段：

- 一、傳統管理。
- 二、科學管理。
- 三、行為科學。
- 四、管理科學。

(○) ▲傳統管理是指工業革命前，企業的管理方式全靠因襲的經驗、法規，其目的只在擴大所有人的權益，採高壓、嚴格控制，使工作進行。

(×) ▲管理的原則並非一成不變，端視管理者的技巧而定，故管理是一種藝術而非科學。

註解管理也是一種科學。

(×) ▲所謂「科學管理」與「管理科學」，二者只是次序顛倒，意義完全相同。


註解管理科學乃是科學管理的延伸。



選擇題

【單 選 題】

- (A) ▲被世人奉為科學管理之鼻祖者為：(A) 美國之泰勒 (Frederick Winslow Taylor) (B) 法國之費堯 (Henri Fayol) (C) 甘特 (H. L. Gantt)。
- (B) ▲西元 1920 年代左右於美國西方電氣公司的霍桑研究導致了那方面的發展？(A) 要徑法 (B) 人群關係 (C) 系統與計量方法 (D) 計畫評核術。〈104 農九職等〉
- (B) ▲「霍桑研究」中的「霍桑」是指：(A) 人名 (B) 工廠名 (C) 公司名 (D) 研究機構。〈95 農九職等〉
- (D) ▲「霍桑研究」是由下列何學者所領導？(A) 霍桑 (B) 費堯 (C) 泰勒 (D) 梅育。〈108 農會新進〉
- (D) ▲對於管理理論及管理時期的配對，何者正確？(A) 官僚學派屬於修正理論時期 (B) 行為學派屬於古典管理理論時期 (C) 系統學派屬於進代理論時期 (D) 管理程序學派屬於古典理論時期。〈108 農會新進〉
- (D) ▲管理理論演進的中期（又稱修正時期），有關管理科學學派與科學管理學派兩者比較，下列何者有誤？(A) 管理科學學派主張企業組織整體性運作效率 (B) 管理科學學派使用電腦、統計、數學為主要工具 (C) 科學管理學派重視工廠的生產與工作效率 (D) 科學管理學派藉數學計量模式解決企業問題。
- (B) ▲下何者為古典觀點之管理項目？(A) 早期行為主義 (B) 科學管理 (C) 行為科學派 (D) 人際關係學派。〈107 農會新進〉

 註解 古典理論包含科學管理學派、管理程序學派與科層體制學派。



- (A) ▲在企業管理上利用數學來協助解決問題稱為？(A) 管理科學 (B) 科學管理 (C) 科學應用 (D) 應用科學。〈107 農會新進〉

註解 管理科學學派係運用數學、統計、邏輯等理論技巧，來研究系統中各項資源的運用和調配，使其達成整體最適當及最佳的目標。

- (A) ▲下列何種管理學派強調有系統的求知及解決問題，並透過「觀察、蒐集、分析、綜合、應用、證實」的過程，以尋找完成工作的最佳工作方法？(A) 科學管理學派 (B) 管理程序學派 (C) 行為科學學派 (D) 系統管理學派。

- (B) ▲有關「科學管理觀點」的敘述，下列何者正確？(A) 又稱為管理科學觀點 (B) 法蘭克與麗蓮吉浦瑞斯將工作過程標準化，以提高工作效率 (C) 歐威克提出科層組織的概念 (D) 梅約與他的同事發展出著名的霍桑研究。

- (C) ▲科學管理學派，將人視之為：(A) 政治人 (B) 文化人 (C) 經濟人 (D) 社會人。〈108 農會新進〉

- (B) ▲請問下列哪個管理觀點出現的年代為最早？(A) 行為管理觀點 (B) 科學管理觀點 (C) 管理科學觀點 (D) 系統觀點。

- (C) ▲將組織視為由相互關連的部分所組成的系統為？(A) 行政觀點 (B) 品質觀點 (C) 系統觀點 (D) 科學觀點。〈107 農會新進〉


註解 系統觀點即在整體組織架構下，次級系統間相互聯繫、關聯的程度，據以判斷各次級系統是否為實現整體系統目標而發揮各自作用。

- (D) ▲強調有系統地研究工作方法與建立工作標準，以提高生產力並使工作更容易執行的管理理論為何？(A) 管理方格理論 (B) 行政管理理論 (C) 科層組織理論 (D) 科學管理理論。



第三章 企業類型

是非題

- (×) ▲農會是由農民出資組成的股份有限公司，其經營方式亦須採用現代之企業管理方式。
-  農會是由農民出資組成合夥組織。
- (○) ▲凡公司在許多國家內，同時擁有一些重要的營運，而其管理皆集中於母國，此種公司稱為多國公司。(95農九職等)
- (○) ▲所謂的控股公司乃是一部分或暫時性結合之企業組織。其目的係在獲得其他公司股票之控制權，以達到與該公司結合之目的。(91農九職等)



問 答 題

▲試說明企業組織的型態有哪幾種？

答：一獨資企業：個人獨資經營的企業，流行於小規模生產的時期、企業家、資本家、經理、工人等職責於一身。此係最單純的獨資經營企業，所有權與支配權合而為一。

二合夥企業：乃由2人以上籌資組成的企業。合夥人之出資可以金錢或其他財產、權利、信用、勞務等為代替，但共同經營者，共同負無限保證責任。

三公司企業：係以營利為目的，依公司法組織登記而成立的社團法人，具有獨立之人格，依我國公司法規定，公司企業又分：

(一)無限公司：為2人以上的股東組織，與合夥企業相類似。其不同點，無限公司具有法人資格，股東退股或轉讓股權，並不影響無限公司之存在；但公司財產不足清償對外債務時，各股東須負直接連帶無限責任。

(二)有限公司：為1人以上之股東所組織，股東以其出資額為限，對公司負責任。

(三)兩合公司：為1人以上無限責任股東與1人以上有限責任股東所組織之公司，其無限責任股東對公司債務負連帶無限清償責任，有限責任股東以其出資額為限，對公司負責任。

(四)股份有限公司：指2人以上股東或政府、法人股東1人所組織之公司，全部資本分為若干股份，股東就其所認股份，對公司負責任。

四合作企業：係指經濟上被壓迫者，為防止私人托拉斯的危害，以保護本身為目的，共同出資經營的經濟組織，雖然合作企業不以營利為目的，但其管理上、營運上亦逐漸企業化。



▲現代企業經營之方式為何？

答：企業組織之方式有四：

一、個人企業：個人獨資經營的企業，流行於小規模生產的時期，企業家、資本家、經理、工人等職責於一身。此係最單純的獨資經營企業，所有權與支配權合而為一。

二、合夥企業：乃由2人以上籌資組成的企業。合夥人之出資可以金錢或其他財產、權利、信用、勞務等為代替。但共同經營者，共同負無限保證責任。

三、公司：

(一)無限公司：此種公司與合夥相類似。其不同點，無限公司具有法人資格，股東退股或轉讓股權，並不影響無限公司之存在；但公司財產不足清償對外債務時，各股東須負直接連帶無限責任。

(二)有限公司：其股東之責任，限於出資數額，如公司破產，限於將公司財產清償為止。

(三)兩合公司：可算是無限公司與有限公司之混合體。其股東除無限責任股東外，還包括有限責任股東。

(四)股份有限公司：係資金組織，是多數股東集團，藉股份的形式，以提供資本。股東責任均為有限。

四、合作社：即兼有若干合夥與公司企業的性能。此制創於西元1844年英格蘭羅奈迭爾（Rochdale），以消費合作社開始，旨在消除中間利益的剝削，以保護本身利益，共同出資，共同經營的一種經濟組織，其目的不在積極的管制，而在消極的保護本身的利益。

▲經營加盟店有何利與弊？〈104農九職等〉

答：一、利：擁有知名品牌與商譽、既有的管理體系、促銷協助與驕傲感。

二、弊：支付特許加盟費用、利潤與他人分享、若其中一家失敗常會有拖累效應。

▲何謂國際性企業？

答：所謂國際性企業是將企業之生產及行銷單位設立於他國，使企業之經營國際化。換言之，國際性企業即指在國外擁有直接投資，設有子公司或附屬機構。建廠產銷之企業，其所有權及控制權，仍操之於某一國人士之手，多國性企業之著眼點是世界性的，其產品不是投資本國市場或為本地市場，它是由投資公司擁有全部的股權，以便於統籌其計畫，而不受當地政府干預。它可以減低生產與運輸成本，它可以向投資國家提供完全的技術引進，經營管理，市場調查經驗，與大量的投資。

▲國際合資經營的企業，可獲得哪些利益？〈104農九職等〉

答：一共享科技。
二共享行銷與管理之專門技術與知識。
三可將市場拓展到相關之合資國家。
四分擔風險。

▲請列舉出企業合併的種類，並扼要說明合併的主要優點與缺點。

〈88農九職等〉

答：一企業合併分水平合併與垂直合併 2 種：前者為同一經營層級不同企業間的結合，後者為上、下游不同經營層級企業的結合。

二合併之優、缺點：

(一)合併之主要優點：合併使企業規模增大，可享有規模經濟優勢；可控制原料市場與產品市場。

(二)合併之主要缺點：不同企業有不同文化，合併後無法有效整合不同文化，無法發揮合併綜效。



第四章 企業環境

是非題

- (○) ▲長期而言，因為「競爭」因素的存在，使得有能力滿足顧客需求的組織，會較缺乏這類能力的組織有更成功的表現。
- (×) ▲「企業診斷」如由內部人員自我診斷無效，應完全仰賴外部專家進行才有效。〈88農九職等〉
- (○) ▲雖然企業間常以價格為競爭的基礎，但是為贏得競爭優勢，企業除了可以提高效率以降低成本與價格外，還可以利用改善品質與創新產品特色等，來增強自己的差異化優勢。〈88農九職等〉



【複選題】

(A C D) ▲下列有關企業環境與產業分析的敘述，何者正確？

(A) PEST環境分析方法，將環境因素分成政治環境、經濟環境、社會環境、科技環境 (B) 中外經濟學者均認為PEST分析理論足以有效的進行環境分析，遂多年來被廣泛使用於營運決策流程中而歷久不衰 (C) 景氣對策信號由紅燈降為黃紅燈者，係警示政府所執行的緊縮政策不可再加劇 (D) 顧客行為分析的6O中，Occupants係指占有者，也就是探討消費者 (顧客) 是誰 (E) 經由分析競爭對手的優缺點、機會與威脅，將可據以擬定公司策略，此即為SWOT分析。

註解 (B) 有學者認為PEST方法尚不足以有效的進行環境分析，故在原本4因素外新增法律、生態、人口統計、國境環境、教育等環境因素； (E) SWOT分析為企業組織對組織機會 (Organization's Opportunities) 之評價其分析項目包含企業本身的長處、弱點，與企業外部的機會與威脅。

(A B C E) ▲關於「完全競爭市場」特徵的敘述，下列何者錯誤？

(A) 競爭者數目很少 (B) 競爭程度很小 (C) 個別企業有能力控制市場價格 (D) 每個企業所提供的產品，在消費者的眼中是相同 (E) 市場交易受有限制，市場價格也無法單純隨著供需變化而變動。

註解 由於完全競爭市場中，所有且大量生產者 (競爭者) 所生產的產品因具有同質性，因此，相較於獨佔市場或寡占市場而言，完全競爭市場中的任何一個企業都無法通過自身產品的差異性來掌控價格甚至形成壟斷，從而享受巨量利益。



- (A D) ▲下列何者是不完全競爭市場的特性？(A) 產品異質 (B) 產品同質 (C) 完全訊息 (D) 買賣雙方家數眾多 (E) 資訊透明。〈108農會新進〉
- (C E) ▲那些項目是形成企業經營危機中的「經營策略不當」所導致？(A) 現金管理不當 (B) 過度舉債 (C) 盲目投資，擴充太快 (D) 派系鬥爭 (E) 產品組合失敗。〈108農會新進〉
- (A B C D E) ▲下列何者屬於麥克·波特 (Michael Porter) 之五力分析構面？(A) 潛在加入者的威脅 (B) 來自替代品的威脅 (C) 購買者的談判能力 (D) 供應者的談判能力 (E) 產業現在競爭者的對抗。
- (A C D) ▲下列有關波特之五力分析理論中的分析構面敘述，那些正確？(A) 上游供應商與下游消費者 (B) 公益團體與政府力量 (C) 替代產品 (D) 現有競爭者與潛在進入者 (E) 遊說團體。〈108農會新進〉
- (A D) ▲企業經常用以策略分析的 SWOT，下列敘述何者正確？(A) W 指 Weakness (B) S指 Success (C) T指 Technology (D) O 指 Opportunity (E) S 與 W 係針對外部環境分析。〈108農會新進〉



【複選題】

(A B C D E) ▲有關目標管理迴圈 (PDCA Cycle)，何者正確？ (A) Edwards Deming於1950年提出 (B) 最初用於品質管理後擴及各領域的管理 (C) P是指計畫Plan (D) C是指查核Check (E) 又稱為Deming Cycle。
(108農會新進)

(B C) ▲下列那些步驟，不在 PDCA 循環中？ (A) 計畫 (B) 預測 (C) 設計 (D) 執行 (E) 查核。(108農會新進)

(A C D E) ▲下列有關各時間控制的敘述，何者正確？ (A) 網狀圖法用以表達完成目標所需經歷的作業或事項流程圖，該圖由圓圈、箭線、虛箭線及節點等要素所構成 (B) 要徑法係以網狀圖為基礎，將計畫的流程繪製於圖，並藉此判斷不同流程間所需時間或資源最少者，即為最有效率之要徑 (C) 計畫評核術為計劃、評估與查核的技術，為計劃、控制的基本工具，是一種應用網狀圖理論發展而成之規劃管制技術 (D) 甘特圖之橫軸代表日期、縱軸代表工作負責人或機器設備等，係用以表示掌握工作之進度與時間餘裕之一種日程管理圖表 (E) 專案管理中的關鍵路徑法係將每一管制帳戶依時程排列後，再將其依工作前後順序串聯，其中串聯最多管制帳戶之路線、時間最長或所需資源最多者，即為關鍵路徑。

註解要徑法 (Critical Path Method, CPM) 又稱為關鍵路徑法，目的在預計金錢及時間，並加以控制，在網狀圖裡，其完成時間最長或所需資源最多者即為該計畫之要徑。



- (A B C E) ▲下列何者是群體決策的優點？(A) 增加合理性 (B) 提供更完整的資訊和知識 (C) 提出更多的方案 (D) 比個人決策花更少的時間 (E) 減少個人主觀。

註解 由於群體決策期以眾人腦力激盪的方式，集思廣益而做出最佳決策，因此，群體決策所花費的時間相較於個人決策來得多。

- (A B E) ▲下列何者屬於常見的群體決策技術？(A) 德菲法 (B) 腦力激盪法 (C) 增強理論 (D) 直覺決策 (E) 名目群體法 (Nominal Group Technique, NGT)。

註解 (C) 增強理論屬於激勵方法 (D) 直覺決策相對於理性決策，是典型的非預設型的決策，係決策者基於過去的經驗、價值觀、知識、潛意識等做為決策參考。

- (B C) ▲下列何者並非是群體陷入群體迷思將可能產生的決策缺陷？(A) 選擇性的處理資訊 (B) 最小利益極大化 (C) 追求次佳或次好的目標 (D) 能被評估與選擇的策略方案有限 (E) 拒絕評估起始便被否決的策略方案。

註解 (B) 最小利益極大化係指在不確定決策中，將競爭對手的3種策略方案與自己的3種策略方案展開利益矩陣，取自身策略方案的3個最小利益進行比較，再選擇最小利益中最大值的方案為決策 (C) 追求次佳或次好的目標係當進行有限理性決策時，基於環境不確定或資訊不全的情況時，決策者將從追求最佳目標轉變為追求次佳的目標，以圖滿意。



(A B C D E) ▲下列何者屬於決策偏差或錯誤？(A) 沉沒成本謬誤 (Sunk Costs Error) (B) 錨定效應 (Anchoring Effect) (C) 框架效應 (Framing Effect) (D) 現狀偏差 (Status Quo Bias) (E) 求證陷阱 (The Confirming Evidence Trap)。

註解 一沉沒成本謬誤：泛指投入成本後始發現無法滿足自身需求，但基於自尊、不浪費、期待轉機出現等原因，而使自己陷入試圖回收已無法回收成本支出的困境中，如：賭博行為。

二錨定效應：係指在做數值或情狀預估時，會下意識以某個特定數值或狀態當作標準，其會對預估行為產生約束而無法跳脫，例如訊息揭示英國人口可能為3000萬人，因此人們在猜測實際人口數字時，會不自覺侷限在2800萬~3900萬之間，但其實英國人口約有6400萬（2018年統計資料）。

三框架效應：泛指同一個問題而在邏輯上採用兩種說法，導致閱聽者做出不同的決策判斷。

四現狀偏差：係指決策時欲維持現狀，對決策者來說任何變動均認為可能造成損失。大量證據表明人的決策經常會受到現狀偏差的影響。

五求證陷阱：決策者在蒐集資訊時，僅蒐集符合自身觀點或迎合自己想法的訊息，且屏除意見相左或對立、矛盾的資訊，而做出決策。



填充題

▲績效的評量是根據特定目標的達成度，而該目標是由員工和管理者共同制定的，稱為【①】。

答：①目標管理。〈96農七、八職等〉

▲決策制訂情況有3種，即確定情況、不確定情況與【①】。

答：①風險情況。〈88農七、八職等〉

▲【①】，是一個組織決定其主要目標的一套程序；並為達此一目標，策定各項策略與政策，以規範所需資源的取得、使用與處置。

答：①規劃。



問答題

▲試述計畫評核術（PERT）的意義、目的及優缺點。

答：一計畫評核術（Program Evaluation and Review Technique, PERT）之主要內容包括目標的糾正、時效的爭取、人力的運用、效能的提高以及工作的安排和控制等，通常係將計畫分成若干項目或細節，決定工作進行之先後，繪製網狀圖，然後估計每一工作所需的時間及費用，再設法控制運用。所以計畫評核術之要點是在利用科學的方法，來分析計畫的價值，進而獲取執行與考核的效果。此種計畫評核術，近一、二十年來各國紛紛採用，美國海軍部特種計畫處運用此項技術，使北極星飛彈計畫，較預定時間提早完成，並較原有計畫節省人力、物力甚多。

二計畫評核術之主要目的為經由一完整系列之加強計畫與衡量制度，供給管理當局在正常組織階段任何時間之現場控制，以使某一計畫如期完成，甚或提前完成。


三PERT 之優點：

- (一)採用網路後，經理人特別注重規劃工作。
- (二)可確定計畫中關鍵性項目。
- (三)較合理，適用於複雜程度高之專案。

四PERT 之缺點：

- (一)此法僅利用於非重複性的專案，特別在預期時間難以估計時。
- (二)過於注重時間。

**【複選題】**

- (A B D E) ▲下列那些屬於全面品質管理的重要要素？(A) 持續改善 (B) 建立標竿 (C) 集權 (D) 授權 (E) 源頭品質。〈108農會新進〉
- (A B C D E) ▲下列何者為 Just In Time 的生產品質保證五要素？(A) 人 (Man) (B) 材料 (Material) (C) 機器設備 (Machine) (D) 方法 (Method) (E) 資訊 (Information)。〈108農會新進〉
- (B D) ▲下列有關企業營運與認證規範的法規或標準敘述，何者錯誤？(A) ISO9001係針對企業履行品質政策與目標的流程、程序及責任所給予的認證 (B) SA8000係針對食安的品質、程序及責任所給予的認證 (C) ISO14001係針對環境保護與永續發展的認證，其要求組織儘可能減少環境污染 (D) 公司法之立法目的係為強化金融跨業經營之合併監理，促進金融市場健全發展，並維護公共利益 (E) 消費者保護法之立法目的係為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質。
-  (B) SA8000係社會責任的國際驗證標準，鼓勵組織制定、維護和應用為社會所接受的工作場所規範；(D) 發揮金融機構綜合經營效益，強化金融跨業經營之合併監理，促進金融市場健全發展，並維護公共利益為金融控股公司法之立法目的。
- (A B) ▲工業革命之後工業強國會侵略工業弱國，最主要是為了取得何種資源？(A) 市場 (B) 原料 (C) 勞力 (D) 資本 (E) 土地。〈108農會新進〉



- (B C D) ▲下列哪些是科學研究的方法？(A) 品管 (B) 計算 (C) 觀察 (D) 實驗 (E) 測量。〈108農會新進〉
- (B C) ▲以下哪些是工業革命時期的發明？(A) 電力 (B) 火車 (C) 汽船 (D) 電話 (E) 卡匣。〈108農會新進〉
- (A C D E) ▲下列何者屬於羅伯特·希斯 (Robrt Heath) 所提出的危機管理模式？(A) 縮減力 (Reduction) (B) 重組力 (Reform) (C) 預備力 (Readiness) (D) 反應力 (Response) (E) 恢復力 (Recovery)。
- 註解** 羅伯特·希斯的危機管理模式又可稱為危機管理4R模式，其內容有縮減力、預備力、反應力、恢復力。
- (A B C D) ▲下列哪些是消除生產線上之瓶頸或閒置時間之方法？(A) 合併法 (B) 分解法 (C) 平行工作站法 (D) 分配法 (E) 公差分析法。〈108農會新進〉
- (A B C D E) ▲標準工時主要功用有那些？(A) 建立直接人工成本 (B) 產能需求規劃 (C) 生產排程 (D) 建立生產途程 (E) 衡量生產效率。〈108農會新進〉
- (A B C D) ▲有關時柵 (Time Fences) 之敘述，何者正確？(A) 根據時程的緊迫程度來控管排程變更 (B) 在 PTF (Planning Time Fence) 又稱 Slushy Zone (半融區)，訂單的變更須經產銷協調決定交期、排程 (C) 在 DTF (Demand Time Fence) 稱 Frozen Zone (凍結區)，生產排程、產能與材料已鎖定於某特定訂單不能隨意變更 (D) Liquid Zone 是指訂單的任何變更都可接受 (E) 一般而言緊急訂單 (Rush Order) 是指在 PTF 生產期間。〈108農會新進〉



選擇題

【單 選 題】

- (D) ▲在行銷管理中，當大部分的顧客不喜歡這種產品或服務，甚至願意付出代價，力求避免此種產品或服務時，這種市場需求稱為：(A) 正需求 (B) 無需求 (C) 潛在性需求 (D) 負需求。(91農九職等)
- (C) ▲下列哪一項不屬於行銷組合之一？(A) 定價 (B) 促銷 (C) 成本控制 (D) 通路。(104農九職等)
- (A) ▲「以現有產品進入新市場」的行銷策略是：(A) 市場開發 (B) 產品開發 (C) 相關多角化 (D) 非相關多角化。
- (D) ▲行銷觀念是以顧客需求為導向，做有效的價值定位，創造競爭優勢，並透過行銷組合承諾價值兌現，使顧客滿意，以達成行銷目標。此一行銷組合包含產品、價格、促銷，以及哪一項？(A) 技術 (B) 運輸 (C) 資訊 (D) 通路。
- (C) ▲現在盛行的網路行銷是歸屬在行銷組合中哪一個活動範圍？(A) 產品 (B) 定價 (C) 通路 (D) 促銷。(91農九職等)
- (A) ▲可口可樂公司銷售單一口味的瓶裝可樂，係採用何種行銷策略？(A) 無差異行銷 (Undifferentiated Marketing) (B) 差異行銷 (Differentiated Marketing) (C) 集中化行銷 (Concentrated Marketing) (D) 個體行銷 (Micro Marketing) (E) 利基行銷 (Niche Marketing)。
- (D) ▲企業推出多種產品且採取不同的行銷策略，以吸引不同的消費者謂之？(A) 集中行銷 (B) 區隔行銷 (C) 無差異行銷 (D) 差異行銷。(108農會新進)



- (C) ▲「董氏基金會」積極推動拒吸二手煙運動是一種：(A) 低行銷 (B) 再行銷 (C) 反行銷 (D) 開發行銷。
- (A) ▲有關行銷哲學概念產生過程之敘述，下列順序何者正確？若 A：生產、B：產品、C：銷售、D：行銷、E：社會行銷。(A) ABCDE (B) ABCED (C) ACBDE (D) ACBED。〈108 農會新進〉
- (D) ▲假設 A 公司行銷經理決定市場的 5 個行銷策略 (A1-A5)，也知道競爭對手 B 公司的 3 個競爭策略 (B1-B3)，若他不知道這 5 個策略的成功機率為何，但能作出下表，顯示在 B 公司的不同策略下，A 公司可能的獲利情形如下，請問如果 A 公司行銷經理是一個悲觀主義者，則他會選哪一個方案？(A) A1 (B) A2 (C) A3 (D) A4 (E) A5。

A 公司策略 \ B 公司策略	A1	A2	A3	A4	A5
B1	12	13	25	23	15
B2	10	15	20	21	19
B3	8	17	16	19	21

- (D) ▲續上題，若依拉普拉斯準則 (Laplace Criterion)，假設 B 公司競爭策略發生的機率皆相同，則 A 公司行銷經理會選哪一個方案？(A) A1 (B) A2 (C) A3 (D) A4 (E) A5。
- (C) ▲在行銷新思維 -4C 中，「行銷溝通 (Communication)」是對應 4P 中的那一項？(A) Product (B) Price (C) Promotion (D) Place。〈108 農會新進〉
- (D) ▲近來台灣的食品業發生食安危機，此乃說明這些嚴重違反食安標準的廠商不具備那一種經營導向？(A) 銷售導向 (B) 消費者導向 (C) 行銷導向 (D) 社會行銷導向。〈108 農會新進〉



- (D) ▲下列那一種推廣方式與大數據 (Big Data) 結合應用的最密切相關？(A) 廣告 (B) 促銷 (C) 公共關係 (D) 直效行銷。〈108 農會新進〉
- (C) ▲「橘色商機」指 50 歲以上熟齡人口，其人生像進入秋天燦爛的楓葉般，這個年齡層的人口特徵是：有錢、空巢期、消費意願高、敢嘗新、善待自己；針對階層人口推廣保健商品、深度旅遊、高階網購……，屬於那一種行銷策略？(A) 轉換行銷 (B) 刺激行銷 (C) 開發行銷 (D) 維持行銷。〈108 農會新進〉
- (A) ▲消費者因頂新假油案，進而不信任所有該集團的產品，屬於那一種現象？(A) 暈輪效應 (B) 選擇性曲解 (C) 刻板印象 (D) 總和效果。〈108 農會新進〉
- (B) ▲「AIDAS」消費者反應層級模式主要是屬於那一種市場區隔變數？(A) 心理變數 (B) 行為變數 (C) 人口統計變數 (D) 地理變數。〈108 農會新進〉
- (A) ▲消費者快速定期消費，價格低，購買時不需花太多的時間和精神，此種產品為：(A) 便利品 (B) 選購品 (C) 特殊品 (D) 工業品。
- (B) ▲按照消費者的選購習慣，可將產品分成三大類。如衣服、書桌、鞋子等，屬於：(A) 便利品 (B) 選購品 (C) 特殊品。
- (C) ▲下列有關消費者行為基本特性的敘述，何者不正確？(A) 廣義消費者行為涵括所有交換活動 (B) 狹義消費者行為聚焦在消費行為 (C) 廣義消費者行為聚焦在投入的決策過程與形體活動 (D) 狹義消費者行為聚焦在評估 / 取得 / 使用與處置產品與服務。〈108 農會新進〉
- (D) ▲「狂熱的球迷不同於插花者」，是指下列那一種消費經驗特性？(A) 消費是一種經驗 (B) 消費是一種整合 (C) 消費是一種情境扮演 (D) 消費是一種分類。〈108 農會新進〉



- (B) ▲「消費者的價格線索知覺著重品質與所付出金額的比率。」是指下列那一種價格敏感度？(A) 價格意識 (B) 價值意識 (C) 價格聲望敏感 (D) 價格 - 品質的對應認知。〈108 農會新進〉
- (D) ▲根據產業生命週期活動，成長期時企業最應採取目標為何？(A) 採用低成本策略以控制產品成本 (B) 防堵潛在競爭者的加入 (C) 打擊直接競爭對手 (D) 爭取大幅度的市占率。
- (C) ▲現代市場競爭激烈，產品生命週期日趨短促，企業為滿足顧客需求，必須重視何種能力，以免被市場淘汰而死亡？(A) 語文 (B) 流程 (C) 創新 (D) 監控。
- (B) ▲在產品生命週期中，在下列哪個時期為廠商獲利最多的時期？(A) 導入期 (B) 成長期 (C) 成熟期 (D) 飽和期。
〈103 農九職等〉
- 註解** 成長期：產品上市後在市場上迅速被接受，而實質利潤大幅增加之時期。
- (B) ▲產品生命週期中的四個階段 (a) 引介期、(b) 衰退期、(c) 成長期、(d) 成熟期，大部分產品經歷的順序是？(A) abcd (B) acdb (C) acbd (D) abdc。〈107 農九職等〉
- (B) ▲產品有其生命週期，當產品銷售量急速攀升，開始獲利是在哪一階段？(A) 引介期 (B) 成長期 (C) 成熟期 (D) 衰退期。
- (B) ▲在新產品訂價策略中，使用低價以迅速滲透市場之方法為何？(A) 市場去脂訂價法 (B) 市場滲透訂價法 (C) 目標報酬訂價法 (D) 損益平衡訂價法。
- (A) ▲「損益兩平點 (Break Even Point) 定價法」，是屬於那一種定價方法？(A) 成本導向定價法 (B) 需求導向定價法 (C) 競爭者導向定價法 (D) 供給者導向定價法。〈108 農會新進〉



(B) ▲新產品導入時，訂定低價格以吸引大量購買者，並贏得較大之市場占有率的定價策略為下列何者？(A) 市場榨取定價法 (Market Skimming Pricing) (B) 市場滲透定價法 (Market Penetrating Pricing) (C) 心理定價法 (Psychological Pricing) (D) 成本加成定價法 (Cost Plus Pricing) (E) 目標利潤定價法 (Target Profit Pricing)。

(C) ▲企業為快速拓展市場所採取相對高價定價法，也就是新產品上市初期所採取的高價位定價法為：(A) 價格領導定價法 (B) 市場滲透定價法 (C) 吸脂定價法 (D) 目標獲利定價法。

註解 撇脂 (吸脂) 定價法：是指在產品生命周期的最初階段，把產品的價格定得很高，以取得最大的利潤，就像從牛奶中撇去奶油。在以下情況下可採用撇脂 (吸脂) 定價：市場有足夠的購買者，他們的需求缺乏彈性，即使把價格定的很高，市場需求也不會大量減少。最常見的案例為科技產品，科技產品在最具獨創性的上市初期階段暫時沒有競爭對手推出同樣的產品，本企業的產品具有明顯的差別化優勢，所以用高價販售還是有相當多買方願意買單。

(A) ▲在一定產量的範圍內，隨著產量的增加，平均成本不斷降低，稱為：(A) 規模經濟 (B) 範疇經濟 (C) 綜效 (D) 營運範疇。(108 農會新進)

(B) ▲在 Miles and Snow 的事業層級策略中，選定某一個區隔市場生產有限產品，同時利用規模經濟的優勢以防止對手進入市場，係為何種策略？(A) 前瞻策略 (Prospector) (B) 防禦策略 (Defender) (C) 分析策略 (Analyzer) (D) 反射策略 (Reactor)。



- (C) ▲設某工廠每年固定成本14,000元，每單位產品的售價為2元，每單位產品的變動成本 (Variable Cost) 為1元，則此工廠的損益兩平點 (Breakeven Point) 應為：(A) 10,000單位 (B) 12,000單位 (C) 14,000單位。

$$\begin{aligned} \text{註解} \quad \text{總固定費用} \div \text{單位邊際貢獻} &= 14,000 \div (2 - 1) \\ &= 14,000 \text{ (單位)}。 \end{aligned}$$

- (C) ▲假設某產品的單位售價是40元，單位變動成本是24元，而總固定成本是160,000元。則應銷售多少數量，才會達到損益平衡點？(A) 5,000 (B) 8,000 (C) 10,000 (D) 12,000。

$$\begin{aligned} \text{註解} \quad \text{營業額} \times \text{毛利率} &= \text{固定開銷} + \text{庫存及設備折舊} + \text{投資報酬攤提} \\ \text{毛利率} &= (\text{單位售價} - \text{單位變動成本}) \div \text{單位售價} \\ &= (40 - 24) \div 40 = 0.4 \\ \text{營業額} &= \text{單位售價} \times \text{銷售數量} = 40 \times \text{銷售數量} \\ 40 \times \text{銷售數量} \times 0.4 &= 160,000 \rightarrow \text{銷售數量} = 10,000。 \end{aligned}$$

- (C) ▲菁英公司計劃推出自行研發的新產品 R 在市場銷售，該項產品 R 經估算每月的總固定成本為120,000元，每單位的變動成本為12元，而根據市場行情，每單位產品 R 的售價為42元，則該公司每月應銷售多少單位，才會達到損益平衡？(A) 3,000單位 (B) 3,600單位 (C) 4,000單位 (D) 4,300單位。

$$\begin{aligned} \text{註解} \quad \text{營業額} \times \text{毛利率} &= \text{固定開銷} + \text{庫存及設備折舊} + \text{投資報酬攤提} \\ \text{毛利率} &= (\text{單位售價} - \text{單位變動成本}) \div \text{單位售價} \\ &= (42 - 12) \div 42 = 0.714 \\ \text{營業額} &= \text{單位售價} \times \text{銷售數量} = 42 \times \text{銷售數量} \\ 42 \times \text{銷售數量} \times 0.714 &= 120,000 \\ \text{銷售數量} &= 4,001 \text{ (個)}，\text{因此該公司每月應銷售至少} \\ &4,000 \text{ 個單位才會達到損益平衡。} \end{aligned}$$



- (A) ▲某糕點公司評估擬再增加1條製造蛋糕的生產線，惟每月需支付60,000元租賃新設備。每盒蛋糕之變動成本為20元，零售價為80元。生產蛋糕時，為達損益兩平點，該公司每月應增加產銷幾盒蛋糕？(A) 1,000 (B) 1,500 (C) 2,000 (D) 3,000。

註解 營業額×毛利率=固定開銷+庫存及設備折舊+投資報酬攤提
毛利率=(單位售價-單位變動成本)÷單位售價
= (80-20) ÷ 80 = 0.75
營業額=單位售價×銷售數量=80×銷售數量
80×銷售數量×0.75=60,000
銷售數量=1,000 (盒)。

- (C) ▲拿坡里義大利麵店每年總固定成本為1,200,000元，每客義大利麵售價是100元，變動成本為60元，則每年須賣出幾客義大利麵才能達到損益兩平？(A) 12,000 (B) 20,000 (C) 30,000 (D) 40,000。(107農九職等)

- (B) ▲老李賣牛肉麵，每碗80元，每碗牛肉麵之變動成本為30元，該牛肉麵店每月之固定成本為40,000元，試問每月營業額需多少元，才可賺到60,000元的利潤？(A) 140,000 (B) 160,000 (C) 180,000 (D) 20,000。(104農九職等)

註解 令賣出X碗，依題意：
 $80X = 30X + 40,000 + 60,000$
 $\rightarrow X = 2,000$ (碗)
故營業額=2,000×80=160,000 (元)。

- (C) ▲某企業欲推出新產品，該產品每月的固定成本為\$20,000，每單位變動成本為\$5，該產品售價為\$15，請問該企業每月至少應達到多少銷售量才能獲得\$10,000的利益？(A) 2,000 (B) 2,500 (C) 3,000 (D) 3,600。(108農會新進)



- (B) ▲同時對成本及收入負責，以邊際貢獻來評估部門績效的是：(A) 投資中心 (B) 利潤中心 (C) 成本中心。

- (B) ▲企業實行責任中心制度，若劃分為利潤中心，其部門經理對下列何者負責？(A) 成本 (B) 利潤 (C) 收入 (D) 費用。



第十章 資訊管理與研究發展 (R&D)

是非題

- (○) ▲EOS 是指電子訂貨系統。〈95 農九職等〉
- (×) ▲相較於日本式的 JIT 採購系統，美式採購系統採取每次小批量，需多次採購。〈107 農九職等〉
- (○) ▲企業的目標為維持生存及成長，為了獲取「再生」及「成長」，現代的企業必須從事研究發展。
- (×) ▲供銷部門為企業「再生」及繼續成長的寄託。
 研究發展部門。
- (×) ▲由於科技之進步，在工業管理中，對於經濟活動的預測已可以做到完全消除不確定性。〈91 農九職等〉
 仍無法完全消除不確定性。
- (○) ▲資訊是將數據予以記錄、整理與分析，以轉換成能夠作為管理或決策上的參考資料。〈91 農九職等〉
- (○) ▲在知識經濟的時代中，資訊也是一種權力的來源。〈108 農會新進〉



選擇題

【單 選 題】

(B) ▲利用某種設備與方法加以分類整理，成為具有意義的情報稱之為？(A) 資料 (B) 資訊 (C) 知識 (D) 智慧。(107 農會新進)

註解 資訊係指將蒐集而來的資料透過科學化方法進行分析、處理，賦予其意義而稱之。

(B) ▲管理資訊系統 (MIS) 一般而言，對哪些管理功能較為有用？(A) 規劃、指導 (B) 決策、控制 (C) 控制、指導 (D) 決策、協調。(104 農九職等)

(D) ▲請問「管理資訊系統」之英文簡稱為何？(A) MIB (B) MAB (C) AIS (D) MIS。

(B) ▲企業資源規劃 (ERP) 與生產流程的關係，以下何者正確？(A) MRP 是 ERP 的進化版 (B) 可縮短訂單與付款間的時間 (C) 造成存貨增加 (D) 增加處理業務的人力。

(B) ▲企業內部電腦系統能整合企業活動，包括財務、會計、物流及生產功能等，稱之為何種系統？(A) 供應鏈 (SCM) (B) 企業資源規劃 (ERP) (C) 顧客關係管理 (CRM) (D) 電子資料交換 (EDI)。

(B) ▲首先由德國 SAP 公司提出的一種資訊系統，以企業整體財務為考量重點，結合 SAP 軟體和 IBM 硬體，用以評估合作夥伴的系統，稱為：(A) CPM 系統 (B) ERP 系統 (C) MRP 系統 (D) MRPII 系統。

註解 ERP 系統係由西元 1960 年代的 MRP 演進至 MRPII (西元 1970 年) 後，再演進至 JIT、TQM (西元 1990 年代) 所演化而來的，故 ERP 係將一個企業內外部的所有資源，例如銷售、生產、財務、R&D、配送、服務等透過組織、流程、管理、資訊科技等加以整合並彈性運用以提升競爭優勢。




【複選題】

- (B D) ▲下列那些因素是「知識經濟」興起的主要原因？(A) 人口結構老化 (B) 競爭全球化 (C) 市場結構水平化 (D) 產品需求多樣化 (E) 資訊科技普及化。
(108農會新進)
- (A B) ▲下列那幾項是「創意構思」的特性？(A) 脆弱性 (B) 衝突性 (C) 啟發性 (D) 獨特性 (E) 新穎性。
(108農會新進)
- (A C) ▲銷售點管理系統 (POS)，能產生下列那些主要效益？(A) 提供銷售資訊 (B) 滿足顧客服務需求 (C) 協助經營者做決策 (D) 提供正確完整資訊 (E) 便於現場人員作業管理。(108農會新進)
- (A B C D E) ▲供應鏈管理 (Supply Chain Management) 應包含哪些基本內容？(A) 計畫 (B) 採購 (C) 製造 (D) 配送 (E) 退貨。(108農會新進)
- (A B C D E) ▲下列何者正確？(A) 企業資源規劃—ERP 系統係由西元1960年代的 MRP 演進至 MRPII (西元1970年) 後，再演進至 JIT、TQM (西元1990年代) 所演化而來的，故ERP 係將一個企業內外部的所有資源，例如銷售、生產、財務、R&D、配送、服務等透過組織、流程、管理、資訊科技等加以整合並彈性運用以提升競爭優勢 (B) 企業識別系統，又稱企業識別體系 (CIS)，係運用美學的設計原理，結合現代科技的管理，以塑造企業美好的形象。換言之，首先建立企業經營的理念與目標，並完成企業內部的共識，並不斷透過管理的變革與視覺的整合，以達到塑造並傳播企業美好形象，提升企業競爭力與永續經營的目的 (C) 大數據 (英語：Big Data 或 Megadata)，或稱巨量資料、海量資料、大資料，指的是所涉及的資料量規模巨大到無法透過人工方式，於合理時間內達到



擷取、管理、處理、並整理成為人類所能解讀的形式的資訊（D）物聯網（Internet of Things, IoT）是網際網路、傳統電信網等資訊承載體，讓所有能行使獨立功能的普通物體實作互聯互通的網路（E）AI（Artificial Intelligence，即人工智能）泛指人類創造出的具備智能的機械設備，AI技術對台灣目前農業發展面臨的人力短缺、農產品行銷與田間管理等面向。


註解（E）AI（Artificial Intelligence，即人工智能）泛指人類創造出的具備智能的機械設備，AI技術對台灣目前農業發展面臨的人力短缺、農產品行銷與田間管理等面向。「智慧農業4.0」推動方案：農委會推動中的「智慧農業4.0」計畫，定位為「智慧生產」及「數位服務」，從人、資源及產業三方面進行優化，透過「以智農聯盟推動智慧農業生產技術開發與應用」、「建置農業生產力知識及服務支援體系，整合資通訊技術打造多元化數位農業便捷服務及價值鏈整合應用模式」及「以人性化互動科技開創生產者與消費者溝通新模式」等策略（圖1與圖2），將農業從生產、行銷到消費市場系統化。亦即藉由感測、智能裝置、物聯網及巨量資料分析的導入，將知識數位化、生產智動化、產品優質化、操作便利化及溯源雲端化，建構智農產銷及數位服務體系。這種智能生產及智慧化管理，可突破小農單打獨鬥的困境，提升農業整體生產效率及量能；再藉由巨量資訊解析產銷供需求，建構全方位農業消費與服務平臺，提高消費者對農產品安全的信賴感；此外，也透過策略性的行銷及商務模式輔導及推動產業國際化，將我國特有的智慧農業國產化技術及服務，建立國際品牌能見度，領航農產業技術整廠輸出，將優質農產品推向全球。



第一章 農產運銷的概念

是非題

- (○) ▲臺灣地區第一個農會組織設立至今已有百年歷史。(96農九職等)

農會是發展歷史最久、組織規模最大、會員人數最多、遍布最廣的農民團體。農會深入基層，扮演政府與農民之間的溝通橋梁，參與農業生產與各項農村建設功不可沒。早於民國19年12月30日制定公布之農會法第7條即明定我國農會為四級制，農會分鄉農會、區農會、縣市農會、省農會。民國63年6月12日修正發布為農會法第6條，農會分鄉、鎮(市)、區農會，縣(市)農會，省(市)農會及全國農會。農會法前後經過18次修法作業，至98年5月27日修正公布，第6條規定仍維持四級制。直至101年1月30日農會法修正發布之第6條則明確改革為三級制，明定農會分為下列三級：1.鄉(鎮、市、區)農會。2.縣(市)農會及直轄市農會。3.全國農會。更明定省農會、直轄市農會及縣(市)農會應依本法規定儘速設立全國農會。省農會應於全國農會設立時，併入全國農會。將農會層級由原本的四級制改為三級制，並明確定義全國農會會員由縣(市)農會及直轄市農會組成，以健全其上級農會之角色。



為因應農業發展趨勢，調整全國農會組織層級，強化各級農會間的整合能力以提升服務功能，加上五都改制之轄內農會業於101年6月25日前完成更名，本會隨即依農會法第6條第2項規定輔導台灣省農會、5家直轄市農會及17家縣（市）農會（包含福建省之金門縣及連江縣兩家農會）於101年7月13日召開全國農會發起人會議，組織籌備委員會辦理籌設全國農會事宜。另配合102年各級農會屆次改選，由各發起農會於本（102）年4月初依農會法施行細則第18條及全國農會會員代表名額分配基準等規定，選舉產生65位第1屆出席全國農會會員代表，並於本（102）年4月18日召開全國農會第1屆會員代表大會，來自各直轄市及縣（市）之全國農會會員代表在會議中，決議通過全國農會名稱為「中華民國農會」，並通過中華民國農會組織章程與台灣省農會合併契約書等相關事宜，台灣省農會於是日依法併入，另依法辦理第1屆理（監）事選舉，計選出第1屆理事27位、第1屆監事9位，本會依法於4月19日核發中華民國農會登記證書及圖記，該農會復於4月26日召開第1屆理事會、第1屆監事會，推舉第1屆理事長蕭景田先生、第1屆常務監事白添枝先生及聘任第1屆總幹事張永成先生，順利成立中華民國農會（簡稱全國農會）。（參：中華民國農會成立—開展我國農會三級制度之新紀元／輔導處吳杏如／<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2447688>）

- (○) ▲農產運銷改進工作是隨國民生活水準的提升而不斷進行的。
〈91農九職等〉
- (○) ▲農產運銷工作不只是運輸與銷售而已。〈88農九職等〉
- (○) ▲農產運銷概念不同於銷售的概念。〈95農九職等〉
- (×) ▲農產運銷工作並不牽涉到「市場」業務。〈88農九職等〉



選擇題


【單 選 題】

- (B) ▲有關運銷理念的敘述，下列何者為非？(A)重視顧客需求 (B)強調產品的銷售 (C)是一種外在的市場導向 (D)以滿足消費者欲望設計產品。(101農九職等)
- (B) ▲正確的運銷觀念是：(A)生產什麼產品就賣什麼產品 (B)市場上需要什麼產品才生產哪種產品來賣 (C)什麼產品最容易生產就生產哪種產品來賣 (D)以上皆非。(88農九職等)
- (D) ▲可能影響運銷制度演進的驅動力，包括：(A)農產品生產規模 (B)零售現代化 (C)外食消費比重增加 (D)以上皆是。(108農新進九職等)
- (D) ▲下列哪一項不是農業生產及農產品之特質？(A)原料性 (B)季節變動 (C)小規模生產 (D)容易儲藏。(91農九職等)
- (D) ▲一般農產品具有之特性，不包括：(A)易腐性 (B)比值低 (C)品質難齊一 (D)長年生產。(104、88農九職等)




【複選題】

- (B E) ▲下列關於農產品的特性的敘述，何者錯誤？(A) 農產品大多易腐敗，不易儲存，所以爭取時間把農產品以最迅速和有效的保護方式將其銷售出去，是農產運銷的特點之一 (B) 農產品的生產大多有季節性，連帶的使農產品的消費產生季節性 (C) 農產品具有粗重性，大多農產品不是體積龐大就是重量很重，使其單位運銷量所負擔的運銷成本大 (D) 農產品容易受氣候與土質因素的影響，單位產量與產品品質往往有相當的差異，因此，在同一地區的產品品質亦頗為參差不齊 (E) 在相同環境與條件下，產量與品質間存有正相關。

 (B) 農產品的消費毫無季節性；(E) 不一定成正相關，因為有的產量太多，則個體對養分的吸收或日照就不如產量較少時充足，所以產品的品質當然就不及產量較少時好。


- (B C E) ▲農產運銷組合中，有四大領域標的，請問下列選項中，何者屬於該四大領域？(A) 人 (B) 產品 (C) 促銷 (D) 服務 (E) 通路。(108農新進九職等)

 運銷所涵蓋的領域其研究標的包含的是產品 (Product)、訂價 (Price and Pricing)、通路 (Place) 與推廣或促銷 (Promotion) 四大項，故也稱為運銷領域的4P，包括：一產品：產品或製品，也可稱為商品。二訂價：價格水準分析與適當市場價格訂定。三通路：產品之流通過路線。四推廣或促銷：促銷活動與市場拓展策略。



填充題

▲凡是將商品自生產者轉移而至消費者所作的種種活動，統稱【①】。
答：①運銷。

拉森氏 (A.L.Larson) 對運銷的解釋：在最有效的情況下，
配合社會的需要，供應消費者以貨物與服務。

▲在研究糧食與家計經濟時，學者常以「飲食支出占家計費之比率」來
分析民眾的糧食需求，此一比率又稱為【①】。一般而言，若以「已
開發國家」與「低度開發國家」二組做比較，此一比率在【②】組的
數值會較高。〈96農七、八職等〉

答：①恩格爾係數 (Engel's Coefficient)、②低度開發國家。

▲批發市場是農產運銷重要環節，負有產品【①】、均衡與【②】之
功能。

答：①集中、②分散。

▲【①】是畜產運銷過程中重要的環節，其有【②】、均衡、【③】
產品的功能。〈86農七升六〉

答：①批發市場、②集中、③分散。



問答題

▲請問運銷活動的主要程序是什麼？

答：運銷活動可分為3個主要程序：

- 一、集中（Concentration）。
- 二、均衡（Equalization）。
- 三、分散（Dispersion）。

▲請簡要說明研究農產運銷組合的四大領域標的。（103農九職等、96農七升六）

答：運銷所涵蓋的領域其研究標的包含的是產品（Product）、訂價（Price and Pricing）、通路（Place）與推廣或促銷（Promotion）四大項，故也稱為運銷領域的4P：

- 一、產品：產品或製品，也可稱為商品。
- 二、訂價：價格水準分析與適當市場價格訂定。
- 三、通路：產品之流通過線。
- 四、推廣或促銷：促銷活動與市場拓展策略。

▲農產品具有許多特性，它的運銷與一般工商業產品的運銷，在技術上有很大的差異，請寫出四種農產品的特性。（95、88農工升職、95農七升六、96、88農九職等）

答：農產品與一般工商業產品不同，它的主要特性：

- 一、易腐性。
- 二、笨重性。
- 三、生產季節性（即造成價格變化大）。
- 四、品質差異大。



第二章 農產運銷職能

是非題

- (×) ▲農產品的季節性儲藏不屬於農產運銷工作。(88農九職等)
註解 農產品運銷包括集貨、選別、分級、包裝、運輸、儲藏、加工、販賣(銷售)及資金融等工作。
- (○) ▲農產品運銷包括集貨、選別、分級、包裝、運輸、儲藏、加工、販賣及資金融通等工作。
- (○) ▲農產品運銷包括集貨、選別、分級、包裝、運輸、儲藏、加工等工作。
註解 農業發展條例第3條第17款規定。
- (○) ▲集貨時產品之所有權已經轉移了。
- (×) ▲所謂市場是要有一個固定的交易場所。
註解 依美國柯拉可氏對市場的定義：「市場為一中心，具有引導貨品所有權轉手的力量，使貨品自該一中心移入與移出。」，故交易場所不需固定。
- (○) ▲一般而言，市場距離生產地愈遠則所需參與之運銷職能愈多。
- (○) ▲『銷售』概念重視產品，強調內在的廠商導向和賣方需求。(108農新進九職等)



- (○) ▲為求產品之標準化，將產品按其種類、規格、品質與型態等予以區分，並歸納為若干一致的類別，進而達成產品區分的一種方法為分級。(95農工升職、農七升六)
- (×) ▲農產品分級包裝規格愈多愈好。
註解農產品分級包裝規格太多，則提高包裝費用。
- (○) ▲農產品分級包裝可縮小體積、減少損耗、降低運輸成本。
- (×) ▲分級包裝應在消費地批發市場進行，農民可節省包裝材料費。
註解分級包裝應在生產地集貨市場進行。
- (○) ▲農產品之分級包裝標準，有國家標準者應依國家標準。
- (×) ▲農產品分級包裝的主要目的在增加產品美觀。(86農工升職)
註解主要在促進農產品之商品化、提高交易價格。
- (○) ▲加強農產品分級包裝之目的在提高產品品質。
- (○) ▲農產品分級與標準化的主要目的，在於促進農產品的銷售或交易，或在便利消費者選擇所需的農產品。(95農九職等)
- (×) ▲農產品的分級係按農產品品質的不同分為若干等級。
註解農產品及一般商品之分級標準均有二種主要標準，即量的標準與質的標準。
- (○) ▲樣品交易是由大宗貨品中選擇代表性的樣本作為交易基準，可免往返實際看貨之弊。
- (○) ▲「儲藏」可增加農產品之時間效用。
- (×) ▲運輸、加工和儲藏是農產運銷活動的輔助職能。(101農九職等)
註解係屬基本職能。
- (×) ▲運銷活動可創造或增加的效用僅有2種。
註解運銷活動可創造或增加的效用有3種：
一、形式效用。二、地域效用。三、時間效用。



第二章 農產運銷職能

- (○) ▲農產運銷可以創造時間、形式、地域等效用，故亦屬生產之一種。
- (×) ▲農民生產毛豬後，屠宰業者改變原料豬的形式，將其分切成肉片、肉絲，是增加地域效用。〈91農九職等〉
註解形式（或型態）效用。
- (○) ▲農產運銷可以創造效用，所以也是一種生產。〈91農九職等〉
- (○) ▲運銷活動可創造多種效用，因此運銷是生產過程的一環。〈101農九職等〉



選擇題

【單 選 題】

- (B) ▲個別農戶所生產的零星農產品收買集中，稱為：(A) 運輸 (B) 集貨 (C) 收購 (D) 銷售。〈95農工升職、農七升六〉
- (D) ▲農會向各農家收集所生產的農產品，成為適於運銷的數量，謂之：(A) 分級 (B) 包裝 (C) 運輸 (D) 集貨。
- (D) ▲下列哪一項對產品的商品化最重要？(A) 冷藏 (B) 加工 (C) 金融 (D) 分級。〈86農七升六〉
- (D) ▲農產品分級與標準化之功能有：(A) 便於消費者選購 (B) 有助於秩序運銷 (C) 可節省交易時間與運輸費用 (D) 以上皆是。〈105、101農九職等〉
- (C) ▲農會對於各種農產品實施分級與標準化具有許多功能，下列何者非其主要功能之一？(A) 易於實行述狀交易或樣本交易 (B) 易於選擇市場 (C) 易於地區分工 (D) 促進農民生產優良產品。
- (B) ▲下列有關農產品分級的敘述，何者不正確？(A) 有促進交易功能 (B) 分級標準要依生產者既定偏好訂定 (C) 有利實施『秩序運銷』 (D) 可實施『樣品交易』。〈108農新進九職等〉
- (A) ▲農產品分級包裝可降低：(A) 運輸成本 (B) 材料成本 (C) 計價成本。
- (C) ▲農產品分級包裝應在：(A) 分貨場 (B) 消費地批發市場 (C) 產地集貨場 進行。
- (C) ▲果菜分級包裝應在：(A) 批發市場 (B) 消費地 (C) 生產地 (D) 超級市場內 實施。〈91農九職等〉



【複選題】

(A B D) ▲在農產運銷或其他產品運銷的過程中，從生產者的立場而言，中間商為何被需要？(A) 個別生產者產量不多 (B) 產地離市區遙遠 (C) 現行法律規定農民不得自行銷售產品 (D) 農民缺乏市場情報 (E) 農民在都市中具有自己的銷售路。(108農新進九職等)

(A C E) ▲下列何者為農產品運銷職能中的基本職能：(A) 運輸 (B) 集貨 (C) 儲藏 (D) 加工 (E) 銷售。(108農新進九職等)

(A C E) ▲下列關於農產品運銷職能中實質職能的敘述，何者正確？(A) 實質職能又稱為理貨職能 (B) 雖然農產品分級可節省運銷費用，卻不便於實行述狀交易或看樣交易 (C) 農產品加工有創造形式效用及地域效用的功能 (D) 臺灣目前針對農產品的包裝，多採用麻袋、竹簍、紙箱或塑膠袋包裝 (E) 稻穀的儲藏應分期別及種類別分開儲藏。

註解 (B) 農產品如能澈底分級，買方可依生產者提供的樣品或產品說明即可進行交易，此即謂述狀交易或看樣交易，分級可便於實行述狀交易或看樣交易，因而節省運銷費用；(D) 臺灣早期之果菜包裝均用麻袋或竹簍，現已多改用紙箱或塑膠袋包裝。果菜運銷使用紙箱能保護果菜不受機械損傷且美觀清潔，故不宜使用竹簍包裝。



問 答 題

▲何謂運銷職能（Marketing Functions）？若以功能性來區分，可分為準備職能、基本職能和輔助職能三類，請說明三類職能各包括哪些運銷活動？〈104農九職等〉

答：一農產品由生產者轉移到消費者的運銷過程中，所需執行的各種程序與活動之種類，稱為運銷職能。

二、三類職能包括：

(一)準備職能有：集貨、分級、包裝、加工。

(二)基本職能有：運輸、儲藏、銷售。

(三)輔助職能有：運銷金融、風險承擔、市場資訊收集和傳遞。

▲農產品自生產者送至消費者需辦理的各項工作稱為運銷職能，請問運銷職能包括哪些項目？〈104農七升六〉

答：產品的集貨、分級或選別、包裝、運輸、加工、儲藏、批發、零售、促銷及市場資訊的收發等。

▲請列舉10項農產運銷的職能。〈95農七、八職等〉

答：集貨、銷售、分級、包裝、加工、運輸、儲藏、運銷金融、風險負擔、市場情報。

▲請簡述農產運銷的重要職能。

答：一集貨。二分級與標準化。三加工。

四包裝。五運輸。六儲藏。七買賣。

八運銷金融。九風險負擔。十市場情報之收散。

▲農產品運銷包括哪些工作？

答：農業發展條例第3條第17款規定，農產品運銷包括集貨、選別、分級、包裝、儲存、冷凍（藏）、加工處理、檢驗、運輸及交易等工作。



▲農產品採收後從進集貨場到出貨的處理流程有哪些步驟？請列出5種。

〈103農工升職〉

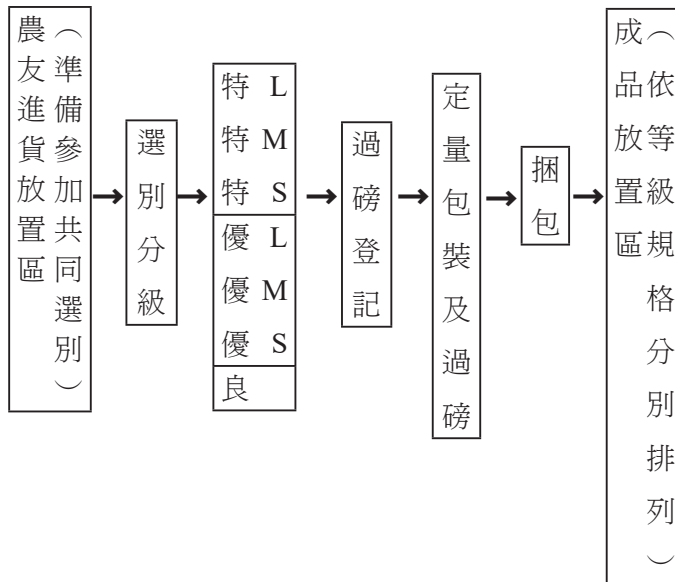
答：卸貨、預冷、清洗、清潔、整理、分級、包裝、冷藏、堆疊、貼標。

▲果菜分級的目的為何？為提高運銷效率，請試以人工分級規劃共同分級包裝作業流程圖？〈88農七升六〉

答：一目的：

- (一)現貨交易迅速，有利價格形成。
- (二)產品容易評價，減少交易糾紛。
- (三)便利儲藏銷售，節省時間勞力。
- (四)迎合市場需求，提高產品價格。
- (五)配合消費需要，建立產品信譽。

二作業流程圖：





第五章 農產品供需原理與價格的決定

是非題

- (×) ▲需求曲線係一條由左下方往右上方延伸的曲線。
註解 供給曲線。
- (×) ▲一般供給法則是當市場價格上漲時，則供應量會減少。(88農九職等)
- (○) ▲良好的運銷體系要顧及供給面和需求面的配合。(91農九職等)
- (○) ▲農產品產地市場的供給又稱為原始供給，而產地市場的需求又稱為引申需求。(95農九職等)
- (○) ▲農產品生長期長且具季節性，產量無法由人力完全控制，因此農產品供應在短期間，變化的幅度小。(88農九職等)
- (×) ▲農產品價格變化，一般多由於需求不穩定所造成。
註解 供給量不穩定。



(×) ▲農產品的供給及需求彈性都很大。

註解 農產品之需求彈性係數一般都小於1。

(○) ▲在供需條件上，農產品較工商產品不具彈性。(103農九職等)

(×) ▲農產品於盛產期，因產品易腐性、儲存成本高，往往需於短期內上市供應市場，導致價格大跌。因此，農產品短期之供給彈性大。(101農九職等)

註解 此時，當農產品價格下跌時，因無法將部分產品留待以後供給，故須立刻出售；而價格上漲時，亦因無存貨可增加供給，須立刻出售，所以其供給彈性就較一般不易腐敗的物品為小。

(○) ▲同一農產品在產地階段的需求彈性較零售階段為小。(101農九職等)

(○) ▲設某農產品的需求彈性大於其供給彈性，當運銷成本增加時，所增加的運銷成本轉嫁給消費者的部分較少。(95農九職等)

(○) ▲一般消費者每人需要量較固定(彈性較小)且無季節性變化。(88農九職等)

(×) ▲當一個國家農產品需求彈性低時，增加生產量可提高農民收入。

註解 需求彈性低之農產品通常占消費者之支出比例低，增加生產量對需求影響不大。

(×) ▲需求彈性定義為 $\frac{dp/da}{a/p}$ 。

註解 需求彈性的定義為：物品價格變動1%所引起需要量變動的百分比 = $\frac{\text{需求量變化的百分比}}{\text{價格變化的百分比}}$ 。

(×) ▲蓮霧的需求自身價格彈性大於一，那麼果農提高蓮霧售價，可提高其蓮霧銷售總收益。(108農新進九職等)



選擇題

【單選題】

- (A) ▲良好的運銷是讓農產品的邊際效用在不同的消費地區趨於：
(A) 相等 (B) 無關 (C) 有差異。
- (C) ▲所謂「市場導向」即：(A) 生產多少，市場就要銷售多少
(B) 生產什麼，市場就要銷售什麼 (C) 市場需要什麼，
才生產什麼 (D) 以上皆是。〈91農九職等〉
- (B) ▲某種農產品需求彈性小、供給彈性大，若運銷成本增加時：
(A) 販運商負擔較大 (B) 消費者負擔較大 (C) 生產者
負擔較大 (D) 零售商負擔較大。〈91農九職等〉
- (C) ▲有關需求價格彈性的敘述，下列何者不正確？(A) 替代品
愈多，需求價格彈性愈大 (B) 購買該產品占其所得比率愈
大，需求價格彈性愈大 (C) 同一農產品在產地階段的需求
價格彈性相對較大於零售階段 (D) 該產品是生活必需品，
則其需求價格彈性相對較小。〈108農新進九職等〉
- (C) ▲根據弧彈性的觀點，求算高麗菜價格原為每公斤100元，需
求量為2,000公斤，當價格降為每公斤80元時，需求量上升為
2,800公斤的需求彈性值（絕對值）為何？(A) 0.5 (B)
1.0 (C) 1.5 (D) 2.0。〈103農九職等〉

$$\text{註解弧彈性} = \frac{\frac{\text{需求量差}}{\text{需求總和}/2}}{\frac{\text{價格差}}{\text{價格總和}/2}}。$$

- (A) ▲某種農產品供應彈性是0.6，假設價格上漲30%，則供應量為：
(A) 增18% (B) 增50% (C) 增30%。

$$\text{註解} 30\% \times 0.6 = 18\%。$$



第五章 農產品供需原理與價格的決定

- (C) ▲某種農產品需求彈性是0.5，假設價格上漲10%，則需要量為：
(A) 減10% (B) 增50% (C) 減5%。
註解 $10\% \times 0.5 = 5\%$ 。
- (B) ▲某項農產品的需求彈性為0.6，假設該產品的價格上漲20%，則其需求量應該：(A) 不受影響 (B) 減少12% (C) 增加12% (D) 減少6%。(108 農新進九職等)
- (D) ▲農產品的所得彈性：(A) 均大於一 (B) 均等於一 (C) 均小於一 (D) 各種情況都有可能。
- (B) ▲在以蛛網理論解釋價格波動現象中，欲使價格波動趨於收斂之條件為何？(A) 供給彈性大於需求彈性 (B) 需求彈性大於供給彈性 (C) 供給彈性等於需求彈性。
- (C) ▲下列何種農產品的價格波動適合用蛛網理論解釋：(A) 蔬菜 (B) 水果 (C) 毛豬 (D) 雞蛋。(108、104 農新進九職等)
- (B) ▲近幾年來，在以蛛網理論解釋下的毛豬生產週期之變化如何？
(A) 變長 (B) 不變 (C) 變短。
- (B) ▲農產品在三級市場的價格決定次序是：(A) 批發市場→產地市場→零售市場 (B) 零售市場→批發市場→產地市場 (C) 產地市場→批發市場→零售市場 (D) 零售市場→產地市場→批發市場。
註解 因為農民是價格接受者。
- (C) ▲農產品價格首先決定於：(A) 產地市場 (B) 批發市場 (C) 零售市場 (D) 網路市場。(91 農九職等)
- (D) ▲以供需而言，下列市場中，價格反應最敏感的是：(A) 零售市場 (B) 超級市場 (C) 產地市場 (D) 批發市場。(86 農七升六)
- (C) ▲販運商的進貨價格與售貨價格差距可稱為：(A) 零售價差 (B) 批發價差 (C) 集貨價差。



問答題

▲經濟學上討論生產或供給時，所謂「短期（Short Run）」與「長期（Long Run）」應如何解釋？

答：一「短期」生產或供給：生產者在現有的生產規模限制下的生產或供給情形。

二「長期」生產或供給：生產者在長期間可調整其生產規模的情況下生產或供給情形。

▲解釋以下名詞：

一正常財與劣等財。

二原始需求與引申需求。（103農九職等）

答：一正常財與劣等財：

(一)正常財：消費者的需求量隨所得的提高而增加，亦即所得與需求為正的影響，所得彈性係數值為正值。

(二)劣等財：消費者的需求量隨所得的提高而減少，亦即所得與需求為負的影響，所得彈性係數值為負值。

二原始需求與引申需求：

(一)原始需求：零售市場的需求是代表消費者的購買力，屬於原始最開始的需求力量，稱之。

(二)引申需求：產地市場的需求是由批發（或零售）市場的需求引導出來的，此乃因在產地市場購買的產品大多要運到批發（或零售）市場批售。故批發（或零售）市場是需求的原動力，所以在產地市場的需求稱為引申需求。

▲所得與價格往往會影響消費者對農產品的需求量，請分別說明「劣等財（Inferior Goods）」與「季芬財（Giffen Goods）」之不同。

（96農七、八職等）

答：一劣等財係指當所得提高後，該財貨的需求量隨之減少，因為人們所得可以負擔，購買更好的產品來替代該產品。亦即該財貨的所得彈性為負值。

二季芬財係指類似一個家庭的基本維生食品，即使其價格上漲，在有限的家計預算與無法消費其他價格相對更高的昂貴食品的情況下，該產品的需求量仍會增加，成為需求法則的特例。



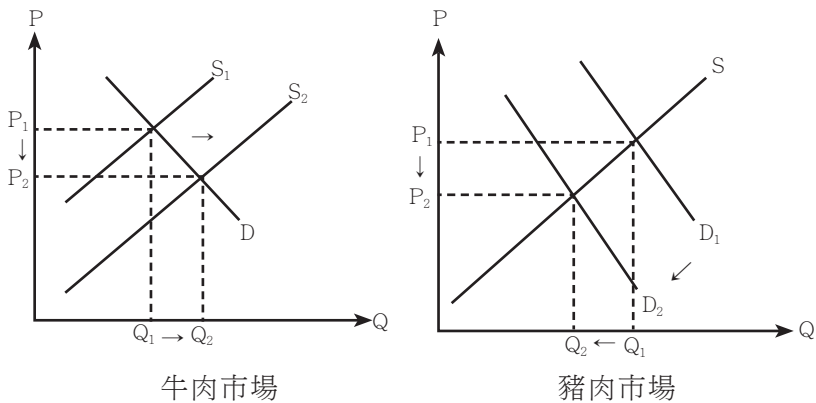
- ▲不同的市場階段與組織型態，會有不同的供需條件，請說明「策略聯盟（Strategic Alliance）」與「引申供給（Derived Supply）」之不同。（96農七、八職等）

答：一策略聯盟係指各廠商為共同達成某種企業目的，或確保及擴大彼此利益，共同利用彼此的資源，以獲取最大利潤的一種正式結盟分式。

二引申供給係指由原始供給衍生出來的供給，在農產品的三級市場中，產地市場的供給為原始供給，批發與零售市場供給均為引申供給。

- ▲假設牛肉和豬肉是替代品，試以圖示解析「含瘦肉精之美國牛肉進口解禁，對臺灣國內牛肉和豬肉市場之供給和需求之影響。」（101農九職等）

答：



- ▲請說明農產品與一般工商產品在供給上的重要差異。（96農七、八職等）

答：一供給量不易機動調整，供給缺乏彈性。

二單向供給曲線，上漲與下跌的變化不一。

三農產品的供給曲線不如工業產品的曲線圓滑。

四農產品大量增產，往往不能享有規模經濟的好處，反而導致單位成本的提高。



▲當農產品運銷成本增加時，就下列情形說明成本增加對產地價格與消費地價格的影響？

- 一該產品需求彈性小於供給彈性。
- 二該產品需求彈性等於供給彈性。
- 三該產品需求彈性大於供給彈性。

答：一該產品需求彈性小於供給彈性：運銷成本所增加部分，大半加於消費者所付價格上，因運銷成本增加後消費市場價格上漲甚多，而產地市場價格微跌。

二該產品需求彈性等於供給彈性：當運銷成本增加時，產地價格與消費者價格作同樣程度之變動。惟因產地價格低於消費地價格，故零售價格所增加部分，可能多於產地價格減少部分。

三該產品需求彈性大於供給彈性：當運銷成本增加時，消費者所付價格上漲部分較少，生產者忍受跌價之影響較多。

▲為何農產品供需調節較困難？

答：因為農產品之需求量較為固定，農產品之需求彈性小，且農產品之供給受價格及天氣之影響呈不穩定之季節性變動，故農產品之供需是較難以人為方式去調節的。

▲以二種資料來源計算的蔬菜價格彈性分別為 -0.64 及 -0.96 ，請問在供給量同一變動率下，預測價格變動幅度，以何者為大？

答：以 -0.64 為大。

▲豬肉的需求彈性為 -0.6 ，請據以說明彈性的意義？




$$\text{答：} E_d = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} \rightarrow \text{需求彈性} = \frac{\text{需求量變動率}}{\text{價格變動率}} = -0.6$$

→此即表示當價格變動增加1%時，需要量變動減少0.6%，且呈負相關。



第八章 臺灣農產共同運銷暨臺灣農產運銷之研討

是非題

- (○) ▲農會 CIS 就是農會企業識別體系。〈86農工升職〉
- (○) ▲農民團體辦理共同運銷，其貨源以屬於農民直接生產者為限。
〈96農九職等〉
- (×) ▲農產品的共同運銷，只有農民團體才可以辦理。〈95農九職等〉
-  農產品市場交易法第7條第2項。
- (×) ▲參加農會辦理之農產品共同運銷者，以農會會員為限。〈105農九職等、86農工升職〉
-  農產品之運銷，得由農民團體辦理共同運銷。而農民團體指農民依法所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會，故不以農會會員為限。
- (×) ▲農會辦理共同運銷，是以增加農會收入為最主要目的。〈91農九職等〉
-  共同運銷之主要目的在於降低運銷成本、達到秩序運銷及增加生產者之利潤。
- (○) ▲秩序運銷係指依各地區在不同時間所需的數量與品質，來運銷相關的農產品。〈95農九職等〉



- (○) ▲供運銷業務包括會員生產資材、生活用品之供應及會員生產產品之運銷。〈105農七升六〉
- 註解** 農會法第4條第1項第9款規定，農業生產資材之進口、加工、製造、配售及會員生活用品之供銷（農會任務）。
- (○) ▲農會辦理肥料配銷是屬於生產資材供應業務。
- (○) ▲農會自營供應業務包括生產資材及日常生活用品之供應。
- (×) ▲農會供銷部辦理電化製品及食品販賣係屬運銷業務範疇。
- 註解** 係屬供應業務。
- (○) ▲農會辦理農產品共同運銷應建立產銷班組織。
- (×) ▲提高手續費是使供銷業務賺錢的最有效方法。
- (×) ▲農會辦理農民購物中心或生鮮超級市場是運銷業務。
- 註解** 屬供應業務。
- (○) ▲為降低農民購物中心及生鮮超市之進貨成本，應辦理共同購銷聯合進貨。
- (×) ▲職能運銷商（Functional Middleman）係指藉由交易取得農產品所有權，再轉售他人的商人。〈95農九職等〉
- 註解** 職能運銷商係指在交易時，不取得商品的所有權，僅居於媒介角色，促進交易完成的人。
- (○) ▲販運商係指向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者。〈95農九職等〉
- (×) ▲地方販運商在運銷過程中完全是一種剝削階層。
- (×) ▲先進國家農產品拍賣主要在產地進行，落後國家則在都市批發市場。
- (×) ▲造成農產品「菜金菜土」之主要原因是中間商操縱。
- 註解** 菜土菜金，意指菜價不穩定，價格看俏時像黃金般的珍貴，慘跌後猶如爛土，丟在路邊也沒人要。
- (×) ▲在運銷商的分類中，農會所經營的超市是為拍賣商。〈95農工升職、農七升六〉
- 註解** 農會所經營的超市應屬零售商。



【複選題】

(A C D E) ▲下列何者屬於共同供運銷之目的？(A) 避免不肖運銷業者矇騙，保證取得貨款 (B) 降低農產品的售價，使消費者可以購買到物美價廉的商品 (C) 將生產者零星的產品集中，便於實施大規模運銷，易於分級、銷售、改進產品品質，使產品可以標準化，並降低運銷成本 (D) 確立市場交易制度 (E) 按時間與地域上的需要，調節產品的運銷數量，達到秩序運銷。

註解 (B) 目的並非降低售價，而是藉集體的議價能力，提高生產者的交易地位和產品的售價，增加生產者的利潤。

(A B D) ▲下列關於運銷商的敘述，何者錯誤？(A) 職能中間商包括批發商、零批商、零售商 (B) 水平統合，指的是一個運銷商同時經營兩個以上不同級的業務，建構一個完整的系統，屬一條龍式經營法 (C) 委託代理商和一般運銷商的性質不同，他們並不取得商品所有權，亦不負風險的責任，只便於買者或賣者商品所有權的轉移 (D) 運銷合作社販售的農產品種類須多元，故亦可經營非社員產品 (E) 零售商一方面接觸批發商 (或製造商) ，另一方面接觸最後消費者，執行各種不同的服務。

註解 (A) 應為普通中間商，而職能中間商又稱委託代理商，指的是代理商、掮客、拍賣商等；(B) 應為垂直統合，水平統合指的是一個運銷商在不同地點同時經營許多同級業務，屬於連鎖商店式的經營法；(D) 運銷合作社宜經營一種農產品或性質相同的少數農產品之運銷；同時，運銷合作社不得經營非社員產品。



- (C D) ▲在運銷組織的成員中，何者屬於公司組織？(A) 農會 (B) 農民合作社 (C) 農產品批發市場 (D) 農產運銷公司 (E) 運銷協議會。〈108農新進九職等〉
- (C D) ▲在下列運銷商的種類中，何者屬於職能運銷商？(A) 販運商 (B) 批發商 (C) 代理商 (D) 經紀商 (E) 零批商。〈108農新進九職等〉
- (A B C D) ▲批發市場的功能包括：(A) 快速集散 (B) 價格形成 (C) 貨款安全 (D) 行情報導。〈108農會技工、工友晉升職員〉
- (B E) ▲一般而言，廠商採取垂直統合的優勢為何？(A) 擴大市占率 (B) 統一物流管理 (C) 經營同級業務，相互支援彈性大 (D) 促銷效果高 (E) 確保原料供應與產品銷路。〈108農新進九職等〉
- (A B C D) ▲批發市場交易行情網站可查詢下列那些資料？(A) 蔬菜行情 (B) 水果行情 (C) 花卉行情 (D) 盆花行情。
- (A B D) ▲「大宗蔬菜」所指稱的蔬菜種類為：(A) 甘藍 (B) 結球白菜 (C) 茼蒿 (D) 花椰菜。〈108農會技工、工友晉升職員〉
- (A C D) ▲下列何者為「根莖菜類」？(A) 胡蘿蔔 (B) 甘藍 (C) 洋蔥 (D) 馬鈴薯。〈108農會技工、工友晉升職員〉
- (A B C D) ▲下列何者為「柑桔類」？(A) 葡萄柚 (B) 檸檬 (C) 文旦 (D) 柳橙。〈108農會技工、工友晉升職員〉
- (A B C D) ▲下列何者為「連續採收作物」？(A) 豇豆、四季豆、豌豆等豆類 (B) 甜椒 (C) 草莓 (D) 小黃瓜。〈108農會技工、工友晉升職員〉



問 答 題

▲辦理農產品共同運銷業務之目的為何？

答：一縮短運銷過程以減低運銷成本。

二將生產者零星的產品集中，利於實施大規模運銷，又易於分級、銷售及改進產品品質，使產品得以標準化，並降低運銷成本。

三按時間與地域上的需要，來調節產品的運銷數量，以達到秩序運銷。

四藉著集體議價，以提高生產者的交易地位和產品的售價，可增加生產者的利潤。

▲臺灣地區農家每戶平均耕地面積狹小，所生產的農產品的數量不足基本運銷規模，加上市場情報欠缺與資金缺乏，因此，在交易上常處於不利地位，請試著寫出辦理共同運銷的4個好處。〈88農工升職〉

答：農會辦理共同運銷的好處：

一降低運銷成本。

二增加議價能力。

三保證取得款。

四確立市場交易制度。

五享受各項獎勵措施。



▲試論共同運銷與地產地消在生產型態、出貨方式、價格訂定主動性、通路長短、有無殘貨、標示生產者姓名及與消費者互動等方面的差異。(103農七升六)

答：一共同運銷：

- (一)生產型態：大量少樣。
- (二)出貨方式：共同出貨。
- (三)價格訂定主動性：不可指定。
- (四)通路長短：長。
- (五)有無殘貨：無。
- (六)標示生產者姓名：無。
- (七)與消費者互動：無。

二地產地消：

- (一)生產型態：少量多樣。
- (二)出貨方式：個人出貨。
- (三)價格訂定主動性：生產者訂定。
- (四)通路長短：短。
- (五)有無殘貨：有。
- (六)標示生產者姓名：有。
- (七)與消費者互動：有。

▲何謂 RFID？未來在供運銷業務有何應用空間？有何經濟效益？(96農七升六)

答：一無線射頻辨識技術(Radio Frequency Identification, RFID)藉由一種放在商品上的微晶片「智能標籤」，把資訊連到電腦網路裡追蹤零售的庫存，每個智能標籤都會發射出獨特的 ID 碼，提供充足的產品資訊，例如商品的出貨地、擁有者、地點、有效期限以及採購日期等資料。

二可應用之空間：人員管制、棧板容器回收管理、存貨管理、超市結帳及防盜系統、禽畜動物管理等。

三經濟效益：減少人工作業、提高作業時效、降低存貨管理成本、創造供應鏈整體之經營績效。



▲試述中華民國農會及各級農會辦理之供運銷業務？

答：中華民國農會及各級農會辦理之供運銷業務為：

一在資材供應方面，農會對會員所需之肥料、種籽、種苗、種畜以及其他生產資材，均儘可能為會員與政府及相關農業試驗改良單位聯繫，以取得最優良、最便利的資材供應服務。

二三級農會聯合投資設置農化廠，省農會並設立飼料廠，主要在提供會員價廉質優的各種農藥及飼料。

三農會並設立超級市場，以供應會員各種價廉物美的日常生活必需品，以及各農特品以服務會員。


四農產品運銷包括毛豬、家禽、果菜共同運銷，以及農產品批發事業。

五農產品加工旨在調節季節性產量問題，提昇農產品利用及附加價值，各級農會均普遍設有食品加工廠，開發具地方特色的精緻農產品。

六同時，農會並配合政府技術及資金之支援，選擇適合於小型加工之項目，輔導農民或農會自行從事小型食品加工。

七中華民國農會並設有鮮乳加工廠，所生產的乳品有鮮乳、保久乳、調味乳及煉乳等，由於貨真價實、品管嚴格而深受消費者之歡迎。

八此外，農會並配合政策辦理政府委託業務，例如稻穀雜糧收購、儲運、加工以及肥料保管配售等。

一毛豬運銷由三級農會合作，設置「臺灣省各級農會毛豬產銷互助基金」，形成堅實的共同運銷團體，市場並採用電腦作業拍賣，充分增加市場運作之機能。

二果菜共同運銷以組織共同產銷班來從事計畫產銷，並配合各地農產品批發市場，以保護生產者利益，建立運銷秩序，形成合理價格，促進公平交易。



第九章 農產運銷·供運銷業務實務相關法規


【農業發展條例】【農業天然災害救助辦法】

是非題

- (○) ▲農業主管機關為維持農產品產銷平衡及合理價格，得指定農產品由供銷雙方契約生產收購並保證其價格。
註解 農業發展條例第四章農產運銷價格及貿易／第44條（保證價格收購）規定：主管機關為維持農產品產銷平衡及合理價格，得辦理國內外促銷或指定農產品由供需雙方依契約生產、收購並保證其價格。
- (○) ▲當政府對某種農產品採取最低保證價格時，市場常會伴隨發生「供過於求」的狀況。（96農九職等）
- (○) ▲農業天然災害救助辦法之立法依據為農業發展條例。
註解 農業天然災害救助辦法第1條規定：本辦法依農業發展條例（以下簡稱本條例）第六十條第二項規定訂定之。



(X) ▲農業天然災害現金救助申請，受損農民應於中央主管機關公告救助地區之翌日起七日內填具申請表，向受災地縣（市）政府提出申請，逾期不予受理。（108 農會技工、工友晉升職員）

 農業天然災害救助辦法〔本辦法依農業發展條例（以下簡稱本條例）第六十條第二項規定訂定之〕第 12 條第 1 項第 1 款規定：農民應於中央主管機關公告救助地區之翌日起十日內填具申請表，向受災地鄉（鎮、市、區）公所提出申請，必要時得邀請當地農會、漁會協助，逾期不予受理。



選擇題

【單 選 題】

- (C) ▲政府推動「保證收購」政策時，該產品市場常發生下列何種現象？(A) 供需平衡 (B) 供不應求 (C) 供過於求 (D) 排隊搶購。(108、103 農新進九職等)

註解 當市場超額供給時，政府會採取直接收購之政策。

- (C) ▲農民申請農業天然災害「現金救助」時，下列哪項災害受損無法申請？(A) 颱風 (B) 寒害 (C) 病蟲害 (D) 地震所造成之災害。(108 農會技工、工友晉升職員)

註解 農業天然災害救助辦法第4條規定：本辦法所稱天然災害，指因颱風、焚風、龍捲風、豪雨、霪雨、冰雹、寒流、旱災或地震所造成之災害。

農業天然災害救助辦法第3條規定：本辦法所稱救助，係指現金救助、補助或低利貸款。

- (D) ▲國內颱風、汛期及寒害等氣候使蔬菜生產受損，致供給量不足，造成價格波動過大，可採取何種產銷措施，以穩定市場供需？(A) 加強設施蔬菜栽培 (B) 輔導農民團體增設冷藏庫 (C) 輔導產製冷凍蔬菜 (D) 以上皆是。(105 農升等)

註解 在災害發生前，加強蔬菜防災宣導，並推廣各種設施栽培、增設冷凍庫，輔導農民利用大型冷凍庫、輔導產製冷凍蔬菜，藉此穩定市場供需。



- (A) ▲農業生產易受天然災害損害，政府除辦理災害救助外，也開辦甚麼政策降低風險？(A) 農業保險 (B) 臺灣 pay (C) 綠色直接給付 (D) 共同運銷。(107 農升等)

註解 因全球暖化造成氣候環境之劇烈變遷，天然災害發生之強度及頻率不斷增加，使農業生產之風險增加，依賴政府預算支應的災害救助已不足以保障農民的收益及財產安全。農糧署自民國 104 年起配合行政院農業委員會農業保險政策，推動試辦農產業保險，期能藉由保險機制，降低農民因農產物遭受天然災害所產生之損失及維持穩定收益，並分散農民風險。

- (A) ▲農業生產易受天然災害損害，政府除辦理農業天然災害救助外，也開辦什麼政策協助農民降低風險？(A) 農業保險 (B) 共同運銷 (C) 綠色直接給付 (D) 直接運銷。(108 農會技工、工友晉升職員)



觀念補充

農產業保險：

一、最新公告：

110年7月20日「公告110年度『旺旺友聯產物棗天氣參數保險』為農業保險商品。」

110年6月29日「公告自110年7月1日起至110年8月31日期間，受理110年度木瓜（上半年）、蓮霧、番石榴、柑橘及柚保險費補助申請，請相關基層農會於公告期間，受理農民申請保險費補助，並依照公告事項相關規定辦理。」

110年6月16日「公告110年度『富邦產物降水量參數西瓜農作物保險』為農業保險商品。」

110年6月10日「公告自110年6月16日起至110年8月16日期間，受理110年度甜柿保險費補助申請，請相關基層農會於公告期間，受理農民申請保險費補助，並依照公告事項相關規定辦理。」

二、政策目的：因全球暖化造成氣候環境之劇烈變遷，天然災害發生之強度及頻率不斷增加，使農業生產之風險增加，依賴政府預算支應的災害救助已不足以保障農民的收益及財產安全。本署自104年起配合行政院農業委員會（以下簡稱農委會）農業保險政策，推動試辦農產業保險，期能藉由保險機制，降低農民因農產物遭受天然災害所產生之損失及維持穩定收益，並分散農民風險。

三、措施與保險簡介：

依農委會推動農業保險政策，已訂定「香蕉收入保險試辦及保險費補助辦法」、「釋迦收入保險實施及保險費補助辦法」、「農業保險保險費補助辦法」、「香蕉收入保險試辦及補助辦法」、「釋迦收入保險試辦及補助辦法」及「農產業保險試辦補助要點」，就該會審查通過並公告之保險商品辦理保險費補助。

農糧產業部分，已開辦實損實賠型（梨、香蕉植株及農業設施）、政府災助連結型（梨及芒果）、收入保障型（釋迦及香蕉）、區域收穫型（水稻、芒果及鳳梨）及氣象指數型（梨、蓮霧、木瓜、柚、甜柿、番石榴、荔枝、棗、柑橘、西瓜及養蜂）等保單。



四保險費補助方式：

補助對象：依據「香蕉收入保險試辦及保險費補助辦法」、「釋迦收入保險實施及保險費補助辦法」、「農業保險保險費補助辦法」、「香蕉收入保險試辦及補助辦法」、「釋迦收入保險試辦及補助辦法」及「農產業保險試辦補助要點」規定，投保農委會核准上開相關保險之農民。

（承保標之的土地、水源或設施，不符相關法令規定不予補助。）

申請程序：

(一)商業型保險：

- 1.農民投保梨、芒果、蓮霧、木瓜、香蕉植株、柚、甜柿、番石榴、荔枝、棗、柑橘、西瓜、鳳梨及農業設施保險者，於本署公告受理期限內，填具申請書向投保標的所在地之基層農會提出申請，逾期不予受理。攜帶證件為保險單副本及繳費證明、國民身分證正反面影本、金融機構存摺記載戶名及帳號頁影本。農民投保養蜂保險者，其保險費補助應交由其戶籍所在地之基層農會提出申請。
- 2.農民投保水稻保險者，填具委託書，授權由保險人代為申請及受領補助款。

(二)政策性收入保險：農民投保釋迦、香蕉收入保險者，於農委會公告受理期限內，填具申請書向承保農會提出申請，逾期不予受理。攜帶證件為保險單副本及繳費證明、國民身分證正反面影本。

補助內容：除地方政府得視其財政狀況酌予補助外，本署補助農民投保當期保險費之品項及比率如下：

(一)梨、芒果、蓮霧、木瓜、香蕉、柚、甜柿、番石榴、荔枝、棗、柑橘、西瓜：補助二分之一，金額上限為每公頃新臺幣三萬元。

(二)鳳梨：

- 1.農民應自付保險契約投保比例達十分之一以上，本署始予補助。
- 2.以保險契約投保比例為百分之一百計算之保險費，補助二分之一，金額上限為每公頃新臺幣三萬元。

(三)水稻：

- 1.農民應自付保險契約投保比例達十分之一以上，本署始予補助。
- 2.以保險契約投保比例為百分之一百計算之保險費，補助二分之一。

(四)農業設施：設施結構體補助二分之一，金額上限為每公頃新臺幣五萬元。

(五)養蜂：補助每蜂箱（含蜂群）保險費二分之一，每戶補助上限為二百三十箱。

(六)釋迦：補助二分之一。




【農產品市場交易法】【農產品市場交易法施行細則】

是非題


- (X) ▲農產品市場交易法於民國70年公布施行。
註解於民國70年8月5日公布，民國71年9月1日施行。
- (O) ▲農產品市場主要分為產地市場、批發市場、零售市場三級。
- (X) ▲公平交易法為農產品買賣規範的母法。〈96農九職等〉
註解農產品市場交易法第1條（立法目的）規定：為確立農產品運銷秩序，調節供需，促進公平交易，特制定本法。（第1項）→惟公平交易法並非為農產品市場交易法的母法。
本法未規定者，適用其他法律之規定。（第2項）
- (O) ▲農產品市場交易法制定目的為確立農產品運銷秩序，調節供需，促進公平交易。
註解農產品市場交易法第1條第1項規定。
- (X) ▲農產品市場交易法所稱中央主管機關為經濟部。
註解農產品市場交易法第2條規定，本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。
- (X) ▲農產品市場交易法稱「農產品」，指農業所生產之物。
註解農產品市場交易法第3條第1款規定，農產品指蔬菜、青果、畜產、漁產與中央主管機關指定之其他農、林、漁、牧業產品及其加工品。
- (O) ▲農產品市場交易法所稱之批發市場，事實上包括產地集貨市場及消費地批發市場。
註解農產品市場交易法第3條（用辭定義）第2款規定：農產品批發市場：指每日或定期集中進行農產品交易之機構。
此外，事實上，其係包括產地集貨市場及消費地批發市場。




(X) ▲農田水利會亦為農產品市場交易法所指定之農民團體。

 農產品市場交易法第3條第4款規定，農民團體指依法組織之農會、漁會及農產品生產運銷合作社、合作農場。


(O) ▲農產品市場交易法稱「供應人」，係指向農產品批發市場供應農產品者。

 農產品市場交易法第3條第5款規定。


(X) ▲農產品市場交易法稱「承銷人」，係指向農產品零售市場承購農產品者。

 農產品市場交易法第3條第6款規定，承銷人指向農產品批發市場承購農產品者。


(O) ▲農產品市場交易法稱「販運商」，指向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者。

 農產品市場交易法第3條第7款規定。

(X) ▲農產品市場交易法稱「零批商」，指向消費者銷售農產品之商販。

 農產品市場交易法第3條第8款規定，零批商指向農產品批發市場購貨，在同一市場內批售農產品予零售商或大消費戶者。

(X) ▲依農產品市場交易法規定，中央主管機關應辦理國內農業產銷狀況報導。(86農工升職)

 農產品市場交易法第5條規定，中央主管機關應辦理國際農業產銷狀況及農產品行情報導；直轄市、縣(市)主管機關應辦理國內農業產銷狀況及農產品行情報導。

(O) ▲直轄市、縣(市)主管機關應辦理國內農業產銷狀況及農產品行情報導。

 農產品市場交易法第5條規定。



選擇題

【單 選 題】

- (C) ▲獨占違反下列哪一種法令？(A) 農產品市場交易法 (B) 商業登記法 (C) 公平交易法 (D) 商標法。(86農七升六)

註解 公平交易法第7條(獨占之定義)規定：本法所稱獨占，指事業在相關市場處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力者。(第1項)

二以上事業，實際上不為價格之競爭，而其全體之對外關係，具有前項規定之情形者，視為獨占。(第2項)

公平交易法第9條(獨占事業禁止之行為)。

農產品市場交易法第1條(立法目的)第1項、第6條(禁止謀取不正當利益及故意散播謠言或不實訊息)、農產品市場交易法施行細則第4條規定。

- (C) ▲農產品市場交易法所稱中央主管機關是：(A) 經濟部 (B) 財政部 (C) 行政院農業委員會 (D) 內政部。

註解 農產品市場交易法第2條規定，本法所稱主管機關在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。

- (C) ▲下列哪一種產品，在農產品市場交易法中，沒有被列為農產品？(A) 蔬菜 (B) 魚 (C) 花卉 (D) 水果。

註解 農產品市場交易法第3條(用辭定義)第1款規定：本法用辭定義如左：一、農產品：指蔬菜、青果、畜產、漁產與中央主管機關指定之其他農、林、漁、牧業產品及其加工品。



- (D) ▲根據現行法令，農產品批發市場係指：(A) 花卉市場 (B) 肉品市場 (C) 果菜市場 (D) 以上皆是 (E) 貿易量販店。
(96農九職等)

註解 農產品市場交易法第3條(用辭定義)第2款規定：本法用辭定義如左：二、農產品批發市場：指每日或定期集中進行農產品交易之機構。

農產品批發市場管理辦法第2條規定：農產品批發市場(以下簡稱市場)之種類及其經營品目規定如左：一、果菜市場：蔬菜類、青果類。二、家畜(肉品)市場：豬、牛及羊等。三、家禽市場：雞、鴨及鵝等。四、魚市場：魚、貝、介、藻等水產品。五、其他市場：經營品目由中央主管機關公告指定。六、綜合市場：綜合經營兩種以一市場之品目。

- (B) ▲稱依法組織之農會、漁會及農產品生產運銷合作社、合作農場為農民團體，是下列何法規定？(A) 農業發展條例 (B) 農產品市場交易法 (C) 農會法 (D) 農倉業法。

註解 農產品市場交易法第3條第4款規定，農民團體指依法組織之農會、漁會及農產品生產運輸合作社、合作農場。

- (B) ▲向農產品批發市場承購農產品者，稱為：(A) 供應人 (B) 承銷人 (C) 農民 (D) 農業企業機構。(99農工升職)

註解 農產品市場交易法第3條(用辭定義)第6款規定：六、承銷人：指向農產品批發市場承購農產品者。

農產品市場交易法第19條(批發市場之承銷人)第1項規定：申請為農產品批發市場之承銷人者，應向批發市場繳納一定金額之保證金，並取得農產品批發市場承銷許可證。農產品市場交易法第20條(供應人與承銷人業務分開)規定：農產品批發市場之供應人或承銷人，在同一市場不得兼營承銷及供應業務。



【複選題】

(B C D) ▲農產品市場主要分為哪三種市場？(A) 集中市場 (B) 產地市場 (C) 批發市場 (D) 零售市場 (E) 次級市場。(108農新進九職等)

註解 農產品市場主要分為產地市場、批發市場、零售市場三級。

(B C D) ▲根據「農產品市場交易法」中對於農產品共同運銷的敘述，何者正確？(A) 農產品共同運銷一定是由農民團體辦理 (B) 農民團體共同運銷之農產品，批發市場應優先處理 (C) 農民團體辦理農產品共同運銷之必需費用，得向貨主收取代辦費 (D) 農民團體品共同運銷之集貨場，所需用之土地，視為農業用地 (E) 農民或農民團體辦理農產品共同運銷，應課徵印花稅和營業稅。(108農新進九職等)

註解 (A) 農產品市場交易法第7條 (共同運銷之方式) 規定；(B) 農產品市場交易法第8條 (共同運銷之輔導) 第2項規定；(C) 農產品市場交易法第9條 (共同運銷之費用) 第1項前段規定；(D) 農產品市場交易法第10條 (共同運銷之集貨場) 規定；(E) 農產品市場交易法第11條 (共同運銷之稅捐優惠) 規定。

(A B) ▲根據「農產品市場交易法」，農民或農民組織辦理農產品共同運銷，出售其農產品時，可免徵下面何種稅捐？(A) 印花稅 (B) 營業稅 (C) 所得稅 (D) 契稅 (E) 關稅。(108農新進九職等)

註解 農產品市場交易法第11條 (共同運銷之稅捐優惠) 規定：農民或農民團體辦理農產品共同運銷，出售其農產品，免徵印花稅及營業稅。



- (A B) ▲根據「農產品市場交易法」，農產品第一次批發交易，由農產品批發市場代農民或農民團體出具之銷貨憑證，可免徵下面何種稅捐？(A)印花稅 (B)營業稅 (C)所得稅 (D)契稅 (E)關稅。(108農新進九職等)

註解 農產品市場交易法第24條(第一次批發交易之稅)規定：農產品第一次批發交易，由農產品批發市場代農民或農民團體出具之銷貨憑證，免徵印花稅及營業稅。

- (C D E) ▲下列關於家畜(肉品)市場之組織分布與營運的敘述，何者正確？(A)肉品市場為私人企業 (B)肉品市場交易方式可分為3種 (C)由於臺灣曾爆發口蹄疫，故訂定了肉品運銷體系調整措施，其中。建立完備之溫控(冷藏、凍)豬肉運銷供應系統為其重點項目之一 (D)拍賣決價的優點在於公開迅速，短期內可大量成交 (E)議價市場指的是即毛豬完全由屠商自行供應，並採預定供應制度。

註解 (A)依據農產品市場交易法第12條第1項規定，農產品批發市場為公用事業，故肉品市場為公用事業，非私人企業；(B)肉品市場交易方式可分為議價市場、人工拍賣、電動拍賣(近幾年來亦更進一步推動建置電腦化拍賣系統)及屠體決價4種。



問 答 題

▲辦理農產品運銷之主要法令依據（母法）是什麼法？〈88農九職等〉

答：農產品市場交易法。

▲法令依據：

一請說明我國辦理農產運銷的主要依據法令完整名稱為何？

二請說明該法之中央主管機關為何。〈103農九職等〉

答：一農產品市場交易法。

二行政院農業委員會。

▲試述農產品市場交易法之立法目的？

答：農產品市場交易法第1條第1項規定，為確立農產品運銷秩序，調節供需，促進公平交易，特制定本法。

▲試述農產品市場交易法之立法目的精神。

答：一立法目的：依農產品市場交易法第1條規定，係為確立農產品運銷秩序、調節供需，促進公平交易。

二立法要旨：

(一)輔導共同運銷的發展。

(二)確定農產品批發市場的法律地位，以利加強行政監督。

(三)適當管理有關商販。

(四)促進零售交易的合理化。

(五)提高農產品運銷效率。

▲農產品市場交易法所稱主管機關，在中央、直轄市、縣（市）各為哪一機關？

答：農產品市場交易法第2條所稱主管機關在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。



▲試依農產品市場交易法第3條解釋下列名詞：

- 一農產品。
- 二農產品批發市場。
- 三農民。
- 四農民團體。
- 五供應人。
- 六承銷人。
- 七販運商。
- 八零批商。
- 九零售商。
- 十農業企業機構。

答：農產品市場交易法第3條用辭定義如下：

- 一農產品：指蔬菜、青果、畜產、漁產與中央主管機關指定之其他農、林、漁、牧業產品及其加工品。
- 二農產品批發市場：指每日或定期，集中進行農產品交易之機構。
- 三農民：指直接從事本法所稱農產品生產之自然人。
- 四農民團體：指依法組織之農會、漁會及農產品生產運銷合作社、合作農場。
- 五供應人：指向農產品批發市場供應農產品者。
- 六承銷人：指向農產品批發市場承購農產品者。
- 七販運商：指向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者。
- 八零批商：指向農產品批發市場購貨、在同一市場內批售農產品予零售商或大消費戶者。
- 九零售商：指向消費者銷售農產品之商販。
- 十農業企業機構：指從事本法所稱農產品生產之公司組織。



▲農產品市場交易法第6條對農產品之交易價格等之限制規定為何？

答：108.8.5.最新修正農產品市場交易法第6條規定，農產品之交易不得壟斷、操縱價格或故意變更質量，謀取不正當利益。任何人不得故意散播影響農產品交易價格之謠言或不實訊息。

▲農產品市場交易法所稱之「販運商」，其定義為何？

答：依農產品市場交易法第3條第7款規定，販運商指向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者。

▲試述農產品之運銷，得由農民團體辦理共同運銷，其方式有幾種？

答：農產品市場交易法第7條第1項規定，農產品之運銷，得由農民團體辦理共同運銷。其方式分下列2種：

- 一、以供應再販賣或加工為目的之批發交易。
- 二、以供應直接消費者為目的之零售交易。

註解一、農產品市場交易法施行細則第5條規定，農民團體依農產品市場交易法第7條第1項辦理共同運銷，其貨源以屬於農民直接生產者為限。

二、農產品市場交易法施行細則第7條規定，農產品市場交易法第7條第1項第2款所定零售交易，其對象以大消費戶為原則。

▲請問農產品市場交易法對共同運銷有哪些獎勵規定？

答：一、各級主管機關，對農民團體辦理共同運銷成績優良者，應予獎勵。（農產品市場交易法第8條第4項）

二、農民團體共同運銷之集貨場，所需用之土地，視同農業用地，適用第15條之規定，其房屋稅減稅適用第17條之規定（農產品市場交易法第10條）。

三、農產品批發市場之土地及房屋，減半徵收房屋稅、地價稅或田賦（農產品市場交易法第17條）。

四、農民或農民團體辦理農產品共同運銷，出售其農產品，免徵印花稅及營業稅（農產品市場交易法第11條）。



【有機農業促進法】【肥料管理法】【肥料管理法施行細則】【肥料查驗辦法】（~~【農產品安全用藥（吉園圃）~~標章核發使用要點）~~【吉園圃安全蔬果標章管理作業規範】~~）

▲民國108年6月15日吉園圃正式退場，農委會推產銷履歷標章，參與驗證可補助，果菜批發市場專區優先拍賣：

沿用30多年的吉園圃標章已於民國108年6月15日正式退場！為了整合標章制度、提升食安規格，農委會廢除吉園圃標章制度，鼓勵農友升級為產銷履歷認證標章，除大幅補助驗證費用，今年加碼給予每年每公頃1.5萬元的环境給付，並在六大果菜批發市場設置專區，優先拍賣產銷履歷和有機蔬果品項。農委會主委陳吉仲強調，標章升級後更能为國產蔬果食安把關，也能創造農民更高的收益。

落實標章制度整合，吉園圃退場、鼓勵升級為產銷履歷標章：為了落實《有機農業促進法》中的「標章制度整合」目標，農委會將在民國108年6月15日正式將「吉園圃標章」退場，並鼓勵標章升級。農委會主委陳吉仲表示，目前吉園圃面積約1.1萬公頃，過去三年來農糧署已輔導3,000公頃的吉園圃農產轉為產銷履歷認證蔬果，目標年底前再新增6,000公頃。

陳指出，「CAS有機農產品標章」、「CAS臺灣優良農產品標章」和「產銷履歷認證標章」的驗證制度較完整，而「吉園圃標章」由農委會進行認證，缺乏公正第三方驗證把關，使消費者對其信任度較低，「產銷履歷農產經過14家公司驗證和政府認證，更能確保農產品質。」希望透過吉園圃標章的退場和升級，提升國內農產的食安把關層級。



吉園圃無第三方驗證易造假，產銷履歷驗證完整費用高：比較吉園圃和產銷履歷標章兩者差異，前者主要針對生鮮蔬果品項，由政府部門輔導農民正確使用農藥並記錄用藥情形，農民不必負擔驗證費用，手續承辦上較簡單。但近年吉園圃標章也飽受批評，包含標章容易造假、不易追蹤生產來源，又缺乏公正第三方驗證單位把關，標章數量也無管控，難以取信消費者，已不符合當前消費趨勢，因此農委會早在2014年就開始規劃吉園圃的退場機制。

產銷履歷標章涵蓋的對象則包括農、漁、畜產品和加工品，農民除了要依據「臺灣良好農業規範」(TGAP)生產，詳細記錄田間流程、現場操作情形外，還要通過民間驗證機構的第三方驗證，此後每年也要接受不定期抽驗追蹤，認證的農產品可追溯其從生產至銷售的完整過程，但農民要負擔的驗證成本相對較高。

農委會多項補貼，提高農友申請意願：為了讓吉園圃與產銷履歷順利接軌，需要諸多政策配套。陳吉仲表示，農友在跨足產銷履歷時，最大的門檻在於支付驗證費用，為減輕農友負擔，農糧署除了補貼產銷履歷驗證費用的三分之二，以及針對團體驗證者另補助驗證所需之電腦、條碼機費用二分之一及資訊服務專員臨時工資。

108年更加碼推出每年每公頃1萬5千元環境給付，獎勵農友積極保護環境，此外凡內外包裝皆標示清楚產銷履歷之蔬果者，每公斤可得補助2.5元，如僅有內或外包裝標示產銷履歷者，則補貼每公斤0.5元。

同時，各區改良場將成為各地農民的種子教師和輔導員，會協助農民符合產銷履歷的相關用藥規範。陳指出，整體預算約台幣10億元，升級後可有效提升國產蔬果食安，加上消費者願意花在產銷履歷商品的金額一定高於吉園圃，因此也能提升農民收入，創造雙贏局面。

六果菜批發市場設置專區，產銷履歷優先拍賣：至於行銷端的協助上，陳吉仲也表示，已於台北市、新北市（三重、板橋）、台中市、高雄市和屏東縣等六個果菜批發市場設置「拍賣專區」，會優先進行產銷履歷和有機蔬果品項的拍賣。



北農總經理翁震圻進一步說明作法，「會用電腦拍賣序號將產銷履歷、有機和一般產品做區隔，例如產銷履歷產品的編號開頭就是6、7號，排序上就會排在前面，優先拍賣、方便承銷人來採購。」當前先以北農作為示範中心，未來將逐步擴展到更多縣市的批發市場。

此外，整體市場通路的擴展也很重要，陳吉仲表示，將研擬提高國中小學生營養午餐採用產銷履歷食材的補助經費，同時，農委會企劃處將與全聯、家樂福、大買家等大型超市以及溯源餐廳、五星級大飯店等業者溝通，建立獎勵機制，期望大型通路也能優先推廣產銷履歷農產品。

「由需求帶動供給！」他強調，通路行銷的努力會持續做，農民不用擔心未來產銷履歷農產面積增加後，會衝擊市場價格。

吉園圃標章農友轉型，可申請農委會補助：隨著吉園圃標章即將退場，農糧署提供雙重方案給產銷班員選擇。農糧署署長胡忠一表示，參與產銷履歷驗證制度者，可得上述補助；至於正在參與履歷預備期者，也可申請以下補助：凡通過履歷預備期檢核補助者，購買作物安全品質管理資材時，每人可獲得補助2,000元，以及每生產批次補助資訊登打服務費500元，補助截至民國108年10月31日止。

- ▲《有機農業促進法》於民國107年5月30日公佈，民國108年5月30日為法令正式施行日。農委會表示，該法上路後，將編列輔導資源推動有機友善產銷輔導、人才培育及教育推廣，鄰田污染免責、承租公有地可享租金租期優惠等多項措施。

針對農地違規工廠佔用農地，農委會主委陳吉仲強調，「農地絕對農用、不能傷害到農地」，《工輔法》修法應加入十年落日期限，工廠污染則應由農委會、環保署共同主責判斷。

2020有機友善耕作面積，預計提高至一萬五千公頃：自2016年推廣有機以及友善環境耕作以來，至今年四月底有機面積已達8975公頃，友善耕作面積為3237公頃，合計一萬2194公頃，占國內總耕地面積約1.5%。陳吉仲表示，明年的目標為將有機以及友善環境耕作面積提高至一萬五千公頃。



選擇題

【單選題】

(D) ▲以下哪一種是生物性農藥？(A) 枯草桿菌 (B) 蘇力菌 (C) 斜紋夜蛾費洛蒙 (D) 以上皆是。(103農工升職)

註解 根據農委會對生物性農藥的定義，舉凡天然物質，如動物、植物、微生物及其衍生產品，皆屬生物性農藥。

(B) ▲台肥43號複合肥料成分 $N-P_2O_5-K_2O-MgO$ 比例是：(A) 13-14-15-4 (B) 15-15-15-4 (C) 15-15-15-15 (D) 15-14-13-4。(103農工升職)

【複選題】

(A B C D) ▲有機農業促進法108年5月30日施行滿一年之次日起（即民國108年5月30日為法令正式施行日），非自然人之農產品經營者不得以有機為其名稱之全部或一部分。但其販賣之農產品均經驗證合格者，或均依第十七條第一項第二款規定審查合格，不在此限。規範範圍包含：(A) 法人 (B) 商號 (C) 農場、畜牧場 (D) 非法人團體。(108農會技工、工友晉升職員)

註解 有機農業促進法第16條（有機農產品與有機轉型期農產品之標示、展示或廣告事項）第3項規定：自本法施行滿一年之次日起，法人、商號、農場、非法人團體、畜牧場等非自然人之農產品經營者，不得以有機為其名稱之全部或一部分。但其販賣之農產品均經驗證合格者，或均依第十七條第一項第二款規定審查合格者，不在此限。



問 答 題

▲政府為鼓勵農友施用有機質料，替代部分化學肥料，改善農田地力，長期辦理國產有機質肥料補助，請論述本項補助肥料品牌規範、補助基準、補助對象及鄉鎮單位如何落實補助作業。(107 農升等)

答：一補助品牌：以農糧署訂定之「國產有機質肥料品牌推薦作業規範」於網路公告登載之品目廠牌名單為限。

二補助基準：作物不分長、短期，施用國產有機質肥料每公斤補助二元，每公頃最高補助六公噸補助施用工資一萬二千元，並以購買有機質肥料之憑證，核計使用量。

三補助對象：農業產銷班、個別農民、農民團體經營農作生產之相關公司、行號或法人。

四如何落實補助作業：

(一)由補助對象提出申請，報經核定後採購，購肥方式為符合農民作物施肥需要，由農民團體統一訂貨或受補助之補助對象自行訂貨選購，採購作業需透明、公開、公正。

(二)受補助之補助對象於肥料運到前，應連繫鄉鎮輔導單位辦理購肥數量查驗。鄉鎮輔導單位應要求肥料業者交貨時，以補助對象指定之日期、時間、地點，統一交貨，鄉鎮輔導單位應確實核對購肥數量與所購品牌是否符合計畫規定及拍照存證，並派員會同相關單位辦理抽查肥料交貨情形及抽驗肥料品質。

(三)完成現場查驗後，依程序申請核撥補助款，補助款應撥入補助對象帳戶。



【小地主大專業農】

【民國109年「對地綠色環境給付計畫」／辦理對象之認定基準】【推動農村活化再生】【民國106年「調整耕作制度活化農地計畫」】【民國106年「調整耕作制度活化農地計畫」宣傳重點】【民國104年「調整耕作制度活化農地計畫」宣傳重點／小地主大佃農基期年農地租賃作業規範】【行政院農業委員會農糧署104年推動「小地主大佃農」政策工作手冊】



是非題

(○) ▲民國109年「對地綠色環境給付計畫」／辦理對象之認定基準：
：申領轉（契）作或生產環境維護獎勵以83至92年為基期年，在基期年10年中任何1年當期作種稻或契約蔗作有案；或於83至85年種植保價收購雜糧或參加「稻米生產及稻田轉作計畫」轉作休耕有案之農田。

註解 民國109年「對地綠色環境給付計畫」／辦理對象之認定基準：申領轉（契）作或生產環境維護獎勵以83至92年為基期年，在基期年10年中任何1年當期作種稻或契約蔗作有案；或於83至85年種植保價收購雜糧或參加「稻米生產及稻田轉作計畫」轉作休耕有案之農田。申領稻作直接給付土地須符合公糧稻穀繳售資格，且102至104年任一年度當期作申報種稻（含參加小地主大專業農及領取調整耕作制度活化農地計畫有機水稻補貼）或參加稻米產銷契作集團產區經營主體契作收購或取得稻米產銷履歷驗證有案，且確實種稻者，惟種植再生稻者不得辦理。申辦109年水資源競用區耕作制度轉型措施，以經公告之農田水利會灌區農地為對象；申領農業環境基本給付，以非都市土地特定農業區農牧用地或一般農業區農牧用地，且維持農糧作物生產使用之土地為對象，不受基期年資格限制。



問 答 題

▲全球氣候急劇變遷，嚴重影響農業生產，目前臺灣農地一年二期作休耕面積卻達20萬公頃以上，因應國際糧食價格較以往上漲，提高糧食自給率，請提出活化休耕農田之具體可行措施。(101農七升六)

答：一推動休耕田復耕，提高糧食自給率：提高契作獎勵及輪作獎勵標準、獎勵平地造林、推動有機農業專區。

二擴大經營規模，提高經營效率：小地主將休耕農地出租給大佃農經營3年以上為例，小地主每公頃每期所得由4.5萬元提高至5萬元以上，其中政府補助4萬元，大佃農負擔1萬元以上(視承租地區租金行情而定)，可提高小地主收益，減輕大佃農之地租支出及政府休耕補助，達到三贏目標。

▲何謂「小地主大佃農」政策？(101、99農七升六)

答：係指政府輔導無力耕種之老農或無意耕作之農民，將自有土地長期出租給有意願擴大農場經營規模之農業經營者，促進農業勞動結構年輕化，並使老農安心享受離農或退休生活。同時，政府協助有意承租農地擴大農業經營者(大佃農)，順利承租農地長期耕作，改善農業經營結構，降低生產成本，提高農業經營效益及競爭力。

▲行政院農業委員會對於推動農村活化再生，其具體作為為何？

答：農村再生以生產、生活、生態及夥伴關係等作為政策推動主軸，讓具有不同區位特性之農村適性發展，依照區域產業、自然資源與社會文化之特性發揮區域擴散，同時配合國家發展委員會地方創生之政策視野與格局，強化農村再生之「產業紮根、跨域整合、多元參與」等推動重點，帶動農村發展綜效。2019年重要成果如下：

一持續進行臺灣農村社會文化調查計畫：行政院農業委員會及中央研究院合作透過「環境」、「生計」、「社會」及「文化及生活」四大面向與24項基本要項，調查超過3,000份問卷、田野地點達25個以上，深度訪談超過40人，藉由調查成果，提供具體興革建議，作為政府規劃農村政策及擬定對策之參考。




- 二推動農村人力及教育推廣計畫：厚植在地多元專業人才，累計培訓2,614社區，15萬9,912人次，超過全國農村社區半數(62%)，並由教育扎根，辦理大專生洄游農村競賽、青年回留農村創新計畫等系列計畫，提供青年參與農村之管道，其中青年回留農村創新計畫累計協助525位青年，以創新經營模式在農村創造新價值。
- 三辦理農村產業跨域計畫及區域亮點計畫：核定主題發展亮點39區，引導農村產、學、社區及政府部門等資源整合並持續投入農村發展，143件環境改善案、8件農業生產技術案、255件軟體案。
- 四辦理農村領航獎選拔活動：表揚對農村社區發展貢獻卓越之30位領航獎得主，彰顯農村再生社區學習及治理之楷模，並於11月赴日參訪，深入瞭解日本農村振興、地方創生及活化農村等重要議題，拓展國際視野。
- 五推動農村社區企業經營輔導計畫：遴選具潛力的優質農業生產或經營主體，輔導轉型公司或合作社之組織型態，強化其企業化經營及創新能量，引導轉型為社會企業，擴大對社會與環境的影響力，增加農村產業整體產能與產值，累計輔導96家優質農村企業。
- 六辦理農村再生新農業示範計畫：鼓勵全民參與農村再生，公私部門合作，2019年共通過16案，注入農村新經濟動能及創新理念，促進民間投資4,100萬元，增加契作農產品經濟產值超過1億776萬3,000元。



▲辦理全國鄉鎮稻米品質競賽暨十大經典好米選拔活動目的為何？

〈99農七升六〉

答：鼓勵全國各良質米產地鄉鎮良性競爭，激勵農友生產高品質稻米，並經由全國賽選拔出十大經典好米，以宣導各參賽鄉鎮之稻米品質特色與價值，提升國產稻米高品質、高附加價值之形象地位。

 為鼓勵全國各優質稻米產地鄉鎮良性競爭，並激勵農友生產高品質稻米，以提升國產米品質與競爭力，並增加農民收益，政府自84年第1期作起，即開始輔導鄉鎮地區農會辦理「鄉鎮級」稻米品質競賽活動；88年擴大辦理為「縣級」比賽，至91年為花東縱谷跨縣市之「區級」競賽，為彰顯並擴大稻米品質競賽之成效，乃自93年開始辦理「第1屆全國稻米品質競賽」，選拔全國冠軍米，而在辦理4屆全國稻米品質競賽後，自96年第5屆起，改為選拔「十大經典好米」，藉以鼓勵更多優秀稻農參與，並提升產地鄉鎮知名度，帶動鄉鎮地區發展。本（99）年係辦理第8屆全國稻米品質競賽，有關十大經典好米選拔全國賽系列活動，於9月1日辦理參賽

- (A)  (B)  (C)  (D) 



【農產品生產及驗證管理法】
【農產品初級加工場管理辦法】
【農產品標章管理辦法】

是非題


- (X) ▲農產品生產及驗證管理法之立法依據為農業發展條例。
 註解農產品生產及驗證管理法第1條（立法目的）規定：為提昇農產品之品質及安全，維護國民健康及消費者之權益，特制定本法。
- (O) ▲農產品初級加工場管理辦法之立法依據為農產品生產及驗證管理法。
 註解農產品初級加工場管理辦法第1條規定：本辦法依農產品生產及驗證管理法（以下簡稱本法）第十八條第二項規定訂定之。
- (X) ▲農產品初級加工場管理辦法之立法依據為農業發展條例。
- (O) ▲張貼產銷履歷驗證標章的產品，一定是國產農產品，而且一定是非基改產品，民眾可以放心選購。（108 農會技工、工友晉升職員）
- (O) ▲「有機農業」之定義，係指遵守自然資源循環永續利用原則，不允許使用合成化學物質，強調水土資源保育與生態平衡之管理系統，並達到生產自然安全農產品目標之農業。（95 農工升職、農七升六）
- (X) ▲有機農友常面臨鄰田污染，只要確實是因為鄰田污染所導致的違規案件，農友將不會遭受處分，該批受污染產品也仍可以有機名義販售。（108 農會技工、工友晉升職員）



選擇題

【單 選 題】

- (D) ▲下列何者得申請有機農產品及有機農產加工品驗證之農產品經營業者：(A) 農民 (B) 依法設立之農民團體 (C) 領有營利事業登記證者 (D) 以上皆是。(99農工升職)

 農產品生產及驗證管理法第18條(得申請登記為農產品初級加工場之要件及相關管理辦法)第1項規定：農民或農民團體以國產溯源農產品、驗證農產品、有機農產品、有機轉型期農產品或其他經中央主管機關指定之農產品為原料，於一定規模以下且合法之農產品加工設施，進行特定品項之加工者，得向直轄市、縣(市)主管機關申請登記為農產品初級加工場。

- (C) ▲有機驗證通過，產品上應張貼下列那一個標章？(108 農會技工、工友晉升職員)



【複選題】

- (A B D) ▲農糧類農產品初級加工場：(A) 品項及其加工範圍，針對低風險的品項優先推動(B) 目前正面表項的加工方式，包括乾燥、粉碎、碾製、培炒(C) 醃漬、醱酵、製糖、植物油脂萃取及精煉也可申請(D) 取得產銷履歷加工驗證或有機加工驗證也可以申請。
(108農會技工、工友晉升職員)

註解農產品生產及驗證管理法第18條(得申請登記為農產品初級加工場之要件及相關管理辦法)規定：農民或農民團體以國產溯源農產品、驗證農產品、有機農產品、有機轉型期農產品或其他經中央主管機關指定之農產品為原料，於一定規模以下且合法之農產品加工設施，進行特定品項之加工者，得向直轄市、縣(市)主管機關申請登記為農產品初級加工場。(第1項)

前項中央主管機關指定之農產品、一定規模、合法之農產品加工設施、申請登記之條件、程序、應檢附文件、有效期限、變更、廢止及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。(第2項)

第一項之特定品項加工產品及其加工方式由中央主管機關公告之。(第3項)

本題參行政院農業委員會中華民國110年6月4日農糧字第1101073337A號函公告：修正「農產品初級加工場適用之特定品項加工產品及其加工方式」，並自即日生效。(依據：「農產品生產及驗證管理法」第十八條第三項。)〔見本書◎行政院農委會／農糧署—農產運銷·供運銷業務實務【重要釋函、法律命令、行政規則補充】／(二)行政院農委會／農民輔導目／農會供銷業務—農產運銷·供運銷業務實務【重要法律命令補充】／▲農產品初級加工場適用之特定品項加工產品及其加工方式(中華民國110年6月4日農糧字第1101073337A號修正)。〕



(B C D) ▲農民若要申請農糧類農產品初級加工場，以下何者為非？(A) 要先有農地容許使用的合法農糧產品加工室 (B) 農舍或三合院也可以申請 (C) 可以使用進口原料，以降低成本 (D) 須完成加工技術及食品安全衛生教育訓練20小時以上，並考試合格。(108農會技工、工友晉升職員)

註解 (A) (B) 農產品初級加工場管理辦法第4條第1項第1款規定：本法第十八條第一項所稱農產品加工設施，指依申請農業用地作農業設施容許使用審查辦法容許使用之下列加工設施：一、農糧類：農糧產品加工室、碾米機房。


(C) 農產品初級加工場管理辦法第4條第1款規定：一、使用原料為本法第十八條第一項之農產品。

又，農產品生產及驗證管理法第18條（得申請登記為農產品初級加工場之要件及相關管理辦法）第1項規定：農民或農民團體以國產溯源農產品、驗證農產品、有機農產品、有機轉型期農產品或其他經中央主管機關指定之農產品為原料，於一定規模以下且合法之農產品加工設施，進行特定品項之加工者，得向直轄市、縣（市）主管機關申請登記為農產品初級加工場。

(D) 農產品初級加工場管理辦法第4條第7款第1目規定：八、申請人或其從業人員至少一人取得中央主管機關指定機關（構）、學校或法人辦理下列教育訓練之最近三年及格證書。但申請人為農民團體者，其從業人員應有二人以上取得下列各目所定及格證書：（一）農糧類：加工技術及食品安全衛生教育訓練四十小時以上。



(A B C D) ▲初級加工場制度的配套措施為：(A) 成立「農產品加值打樣中心」(B) 成立「農產品整合服務中心」(C) 提供免費諮詢專線(D) 協助市場規劃、媒合通路。(108 農會技工、工友晉升職員)

農產品生產及驗證管理法第19條(為增加初級農產加工品項目種類之協助)第1項規定：為穩定農業生產及銷售，增加初級農產加工品項目種類，主管機關得提供以下協助：一、農產品初級加工品開發諮詢，含加工、分裝、流通及販賣等相關流程。二、農產品初級加工相關法規諮詢。三、初級農產加工知識及技術指導。四、農產加工實物打樣測試。五、其他與農產品初級加工相關之事項。

產品初級加工場管理制度(參農糧署運銷加工組李思茹視察：https://www.tdais.gov.tw/redirect_files.php?id=113236)：配套措施：

一、教育訓練：(一)農糧類：加工技術及食品安全管制系統教育訓練40小時(食品工業發展研究所、各農業試驗改良場所)；(二)水產類：加工技術及食品安全衛生教育訓練40小時；食品安全管制系統教育訓練30小時(食品工業發展研究所、各農業試驗改良場所)；(三)林產類：加工技術及作業人員與安全衛生教育訓練40小時(臺北市林業技師公會)。此外，每年並回訓8小時。

二、完善農產品初級加工場：輔導由農方納管農產品初級加工場，順暢農產加工品：(一)技術養成農產品加值打樣中心(各區農改場)：包括：農業試驗所、茶業改良場魚：池分場凍頂工作站及臺中區、臺南區、高雄區、臺東區、花蓮區農業改良場等7處。針對乾燥、粉碎、碾製及焙炒四大類



初級加工範疇，提供農民對於擬進行加工品項產品之諮詢，以及學習相關設備實際操作等服務，以促進農產品多元加工利用。(二)諮詢及行銷拓展：農產品加工整合服務中心：位於中興新村「中臺灣創新園區」，108年4月20日啟用，可透過網站、電話049-2009118或0800-037038洽詢。透過農產品加工整合服務中心，可協助農民投入產品開發前，充分了解市場資訊及食品加工風險，協助農民降低產品開發阻力，並於產品開發後給予適當行銷通路建議。同時，並採取一站式諮詢服務窗口：諮詢食安相關品管與法規，媒合原物料、打樣設備、試量產與高階萃取，提供消費行為、市場規劃、通路推廣及包裝設計等規劃建議。提供農業生產者於農產加工方面之完整解決方案，提高產品上市推廣可行性，推升農產品附加價值。(三)場域管理：訂定農產品初級加工場管理辦法。(四)場域輔導與協助：符合GHP規範及食安法規（加工場域與產品符合衛生安全規定）。



完整規劃，用溯源.安全串接每一環節

加工增值 提升農家收益



(A B C) ▲初級加工場制度將涵蓋下列各產業：(A) 農糧產業 (B) 林業 (C) 漁業 (D) 畜牧業。(108 農會技工、工友晉升職員)

註解 農產品初級加工場管理辦法第2條第1項規定：本法第十八條第一項所稱農民，指實際從事農業生產工作，並具下列資格之一者：一、農糧類：為農民健康保險被保險人、全民健康保險第三類被保險人，或行政院農業委員會百大青年農民。二、水產類：具漁業執照、定置漁業權執照、養殖漁業登記證、區劃漁業權執照或專用漁業權入漁資格之漁民。三、林產類：森林所有人或森林法第四條所定視為森林所有人。



問 答 題

▲政府推動農產品安全制度，輔導農民申請具溯源功能之農產品標章，由生產者直接向消費者負責，消費者由產品標章即可查得生產者，請說明政府輔導具溯源功能之農產品標章。（105 農升等）

答：驗證農產品標章（指證明農產品經依本法驗證合格所使用之標章），包括：台灣優良農產品（標章）（CAS標章）、有機農產品（CAS有機農產品標章）、有機轉型期農產品、國產溯源農產品（指使用國產原料且於國內生產、加工、分裝，並將可追溯資料登錄於中央主管機關所建系統之農產品）及產銷履歷農產品（標章）（TAP標章）等。



另，農產品生產及驗證管理法第18條（得申請登記為農產品初級加工場之要件及相關管理辦法）第1項規定：農民或農民團體以國產溯源農產品、驗證農產品、有機農產品、有機轉型期農產品或其他經中央主管機關指定之農產品為原料，於一定規模以下且合法之農產品加工設施，進行特定品項之加工者，得向直轄市、縣（市）主管機關申請登記為農產品初級加工場。

農產品生產及驗證管理法第10條（驗證農產品標章之使用）第1項並規定：農產品經依本法驗證合格者，始得使用驗證農產品標章，或以驗證農產品名義販賣、標示、展示或廣告。



▲今（104）年米蘭世博設置的未來超市引起全世界矚目，主要理念是要讓食物自己說話，不怕食物來路不明，一抬頭就看見產地及栽種方式，與政府推動有機、產銷履歷及臺灣農產品生產追溯制度理念相同，請問臺灣農產品生產追溯制度推動目的為何？對於生產者、消費者及通路業者各有甚麼好處？〈104 農七升六〉

答：一目的：更普及農產品可追溯對象，以導引生產者（或包裝集運的經營業者）自主管理產品安全並揭露生產資訊。

二好處：

(一)生產者：無須驗證費用且申請程序簡便，透過生產資訊揭露，增加消費者對農產品安全之信任，也可以增進生產者與消費者間的互動。

(二)消費者：可清楚了解所購買的農產品生產來源，安心消費。

(三)通路業者：如果發生食安事件，可快速掌握農產品來源，降低回收風險。

▲政府為照顧國中小學童的飲食健康，能夠吃到優質安全的國產農產品，讓全國家長更安心與放心，推動學校午餐採用國產三章1Q生鮮食材政策，請簡要說明何謂三章一Q。〈108農會第七職等晉升第六職等一升專員〉

答：三章指產銷履歷、有機、CAS優良農產品標章；1Q指臺灣農糧產品生產追溯標章。



如何辨識三章一Q?

三大標章(三章)

溯源標籤(一Q)

產銷履歷

產銷履歷驗證農產品

胡瓜-
花胡瓜(花胡瓜)

驗證機構: 聯凱國際檢驗科技股份有限公司
地址: 彰化縣溪湖鎮海豐路32號
註冊號碼: 12612070544-02382
http://taft.coa.gov.tw

地址: 彰化縣溪湖鎮東州村東州路32號

TAP標章

追溯號碼

有機農產品

1. 有機農產品必貼標章。
2. 轉型期不貼標章, 但可貼驗證機構標章。



品名:有機白菜

農產品經營業者: 彭大海

電話0911-*****

地址: 苗栗縣苑裡鎮房裡

里00號

原產地: 臺灣

驗證機構: 環球國際驗證

(股)公司

證書字號: UCS-OAM-000

一定要標示「有機」或
「有機轉型期」文字

驗證證書字號

台灣優良農產品



驗證產品編碼6碼

臺灣水產品生產追溯

0511600001

臺灣農產生產追溯

0101000001

農產生產追溯第3-4碼01-04才是符合獎勵

追溯號碼10碼

雞蛋溯源標籤

5060000117

雞蛋溯源標籤

0011800021

雞蛋協會養雞場

蛋品公司

採鮮日期: http://taft-poultry.org.tw 17000049

畜牧場溯源碼10碼

洗選蛋溯源碼10碼

4123456789 1234

防檢局
屠宰衛生合格

禽肉溯源碼10碼

國產全聯豬肉追溯標示牌

照過來
知道該從哪裡來!

拍賣編號: FH05-0567

豬肉拍賣編號8碼



◎行政院農委會／農糧署一農產運銷 ·供運銷業務實務【重要釋函、法律命 令、行政規則補充】

▲農產品市場交易法（中華民國108年7月17日總統華總一經字第10800070521號令修正公布第6、35條條文）（摘錄）：

※第一章 總則

§ 第六條（禁止謀取不正當利益及故意散播謠言或不實訊息）【相關罰則】第1項、第2項～§ 35

農產品之交易不得壟斷、操縱價格或故意變更質量，謀取不正當利益。

任何人不得故意散播影響農產品交易價格之謠言或不實訊息。

§ 第三十五條（罰則）

違反第六條第一項、第十四條第一項規定者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰；其領有許可證者，並廢止許可證。

違反第六條第二項規定，足生損害農產品運銷秩序者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰。

【行政解釋函】



▲主旨：所請釋示違反農產品市場交易法第14條之規定者，依同法第35條處罰後如仍繼續營業，可否連續告發處罰至違規行為消失為止乙案，復請查照。（行政院農業委員會75年11月11日75農輔字第69651號函臺灣省政府農林廳）

說明：

二本案奉行政院核示略以：「查如經處罰後，未取得許可證仍繼續營業者，參照司法院35年院解字第3170號解釋意旨，自應再由主管機關依同法第35條之規定予以處罰，至違規營業停業為止。」請轉知各縣（市）政府，嗣後對農產品場外交易之取締，均應依照上述行政院核示內容確實執行，以徹底杜絕場外交易。

附一：

主旨：關於違反農產品市場交易法第14條之規定者，依同法第35條處罰後如仍繼續營業，可否連續告發處罰至違規行為消失為止，經據省農林廳報請釋示，謹轉請鑒核。（行政院農業委員會75年10月7日75農輔字第61545號函行政院）

說明：

三本案經研議後有以下兩種見解：

(一)見解(一)：得連續處罰。

農產品場外交易，經縣（市）政府告發罰款後，多仍繼續營業，縣（市）政府亦無法強制其停業，如僅告發罰款一次，並無嚇阻作用。且違反行為經主管機關處罰後，再從事場外交易，即屬新的違反行為而非原行為之繼續，不因已受處罰而使後之違反行為，均可免責，故惟有連續告發罰款，始能改正場外交易之違反行為。

又查建築法第90條亦僅規定處罰鍰，實務上「臺北市政府處理建築物違規使用要點」對建築物違規使用者均予連續罰鍰。基於法理共通原則，應可援用。



▲臺灣地區取締農產品場外交易行為作業要點（行政規則）（中華民國106年11月9日行政院農業委員會農授糧字第1061073684A號令修正第7點）：

一、為確實執行農產品市場交易法，有效取締農產品場外交易，維護農產品交易秩序，特訂定本要點。

二、本要點所稱場外交易，係指違反農產品第一次批發交易應在交易當地批發市場為之，或未經許可擅自經營農產品批發市場業務，及其他違反農產品市場交易法有關規定之行為。

三、直轄市及縣（市）政府之農產品市場交易法執行督導小組（以下簡稱督導小組），應定期及不定期派員巡查轄內農產品交易情形，取締場外交易。

四、督導小組取締場外交易之方式如左：

（一）違反農產品市場交易法者：

1. 採用「告發、查證紀錄單」（如格式一）蒐集證據，並當場拍攝照片存證，拍得照片應註明日期、時間及地點，並由執行人員兩人以上簽名或蓋章作證。

2. 填具「各市縣、市政府（違反農產品市場交易法案件）處分書」（如格式二），依照農產品市場交易法之規定，對場外交易行為人予以處罰。

3. 裁決之罰鍰拒不繳納，需移送法院強制執行者，由裁決之主管機關正式以公文書，函請當地法院辦理。如需撤銷許可證者，函請發證機關配合辦理。

（二）違反商業登記法、營業稅法、建築法、非都市土地使用管制規則或其他法令者，移送各該法令主管機關處理。

五、場外交易如經處罰後仍繼續營業者，直轄市或縣（市）主管機關應繼續查處，至違規營業停業為止。

六、督導小組取締場外交易後，應作成取締工作紀錄。



- 七行政院農業委員會，應隨時督導直轄市、縣（市）督導小組對場外交易取締工作之執行，並不定期查核其取締成果。
- 八各級主管機關對所屬執行取締有功人員，得依其成效予以記功或嘉獎，有左列情形之一者並得酌發獎勵金：
- (一)實地查證及執行取締有功人員，並經告發、處罰使違規行為停止者。
 - (二)督導執行取締有功人員，並使違規行為停止者。
- 直轄市或縣（市）主管機關督導小組人員取締場外交易不力，或經上級主管機關糾正後仍未改善者，應依據公務人員考績法規定予以懲處。



▲農產品生產及驗證管理法（中華民國一百零八年十二月二十五日總統華總一經字第10800140611號令修正公布全文38條；除第18條自公布日施行外，其餘自公布後一年施行）：

※第一章 總則

第1條（立法目的）

為提昇農產品之品質及安全，維護國民健康及消費者之權益，特制定本法。

第2條（主管機關）

本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第3條（名詞定義）

本法用詞，定義如下：

一農產品：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、林產、水產、畜牧等生產或加工後供食用之物或其他經中央主管機關公告之物。

二農產品經營者：指生產、加工、分裝、流通或販賣農產品者。

三驗證農產品：指依本法驗證合格之農產品。

四驗證農產品標章：指證明農產品經依本法驗證合格所使用之標章。

五標示：指於農產品本身、包裝或容器上所為之文字、圖形、記號或附加之說明書。

六認證機構：指經中央主管機關審查許可，具有執行本法所定認證業務資格之機構或法人。

七認證：指認證機構與機構、學校或法人以私法契約約定，由認證機構就其是否具經營本法所定驗證業務資格者，予以審查之過程。

八驗證機構：指經認證合格，得經營驗證業務之機構、學校、法人。



九驗證：指驗證機構與農產品經營者以私法契約約定，由驗證機構就特定農產品之生產、加工、分裝及流通過程是否符合本法規定，予以審查之過程。

十溯源農產品：指使用國產原料且於國內生產、加工、分裝，並將可追溯資料登錄於中央主管機關所建系統之農產品。

十一廣告：指以文字、符號、聲音、圖案、影像或其他方法推廣、宣傳或促銷農產品。

※第二章 認證及驗證機構管理

第4條（農產品驗證制度及國內特定農產品之類別、品項及驗證基準之公告實施）

中央主管機關得就國內特定農產品之生產、加工、分裝、流通及其他有關農產品產銷之過程，公告實施驗證制度與國內特定農產品之類別、品項及驗證基準。

第5條（認證機構之產生方式及業務範圍）【相關罰則】§ 22

機構、法人經營認證業務，應檢附相關文件，向中央主管機關申請許可，並於取得認證機構許可證明文件後，始得為之；許可事項有變更者，亦同。必要時，中央主管機關得公告指定所屬機關（構）擔任認證機構。

前項許可證明文件之有效期間不得超過五年；期滿前一年得向中央主管機關申請許可展延，每次展延期間不得超過五年。

認證機構之認證業務如下：

一受理及審查申請認證之案件。

二與認證合格者簽訂認證契約。

三依認證合格之驗證業務類別發給驗證機構認證證書。

四對經其認證合格之驗證機構所經營驗證業務實施評鑑。

五其他經中央主管機關公告與認證有關之業務。

第一項申請許可、變更許可事項之資格、條件、程序、應檢附文件、廢止許可、第二項申請展延應檢附文件、前項第三款認證證書應記載事項及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。



第6條（認證機構應遵守之事項）【相關罰則】第一項、第二項~§ 30

認證機構經營認證業務，應遵守下列事項，並定期接受中央主管機關之查核，不得規避、妨礙、拒絕或提供不實資料：

- 一擬訂認證基準，報中央主管機關核定；其修正、廢止，亦同。
- 二依中央主管機關核定之認證基準審查申請認證之案件，並依認證基準對驗證機構所經營驗證業務實施評鑑。
- 三確實記錄及保存有關經營認證業務之紀錄至少五年，並每年報中央主管機關備查。
- 四協助並配合中央主管機關查核經其認證合格之驗證機構。
- 五驗證機構未能繼續經營驗證業務者，認證機構應協調其他驗證機構承接其驗證業務。

前項對認證機構查核之程序、方法、認證基準應包括事項、認證機構經營認證業務紀錄之項目、申報備查及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第7條（驗證業務之經營及業務範圍）【相關罰則】第一項、第二項~§ 23；第四項~§ 25；第三項~§ 26

機構、學校、法人經營驗證業務，應經認證機構認證合格，並由認證機構依其經營驗證業務類別發給認證證書後，始得為之；其驗證業務類別變更時，應先向其認證機構申請變更認證之驗證業務類別，經審查符合者，始得為之。

前項驗證業務之範圍如下：

- 一與農產品經營者簽訂契約，依第四條規定公告之驗證基準驗證農產品經營者之農產品。
- 二製發驗證證書及管理經其驗證通過之農產品經營者使用驗證農產品標章。
- 三配合產期，依契約查驗驗證農產品。
- 四其他經中央主管機關公告與驗證有關之業務。

驗證機構經營驗證業務，得依契約收取費用，中央主管機關並應公告其收費上限。

驗證機構經營第二項驗證業務，應依中央主管機關公告之項目、方式及期間，保存相關資料；中央主管機關得隨時查核之，驗證機構不得規避、妨礙、拒絕或提供不實資料。



▲驗證農產品標章管理辦法（中華民國一百十年六月二十五日行政院農業委員會農科字第1100052647A號令修正發布名稱及全文9條；並自發布日施行）：

第1條

本辦法依農產品生產及驗證管理法（以下簡稱本法）第十條第二項規定訂定之。

第2條

驗證農產品標章分為下列二類：

- 一優良農產品標章：證明農產品經依本法第四條公告之優良農產品驗證 制度驗證合格，其規格、圖式如附件一。
- 二產銷履歷農產品標章：證明農產品經依本法第四條公告之農產品產銷 履歷驗證制度驗證合格，其規格、圖式如附件二。



農產運銷 · 供運銷業務實務

附件一 優良農產品標章

一、圖式



二、規格說明

(一) 標準字使用規範

台灣優良農產品：華康中黑體

(二) 色彩使用規範

文字與圖案：相同之單一深色

(三) 標章形狀與圖式規範

- 1、標章為正圓形，中間為經依商標法註冊號數00000021之圓形CAS圖案，兩者圓心為同一點
- 2、外框與中間CAS圖案直徑大小比率為10：6
- 3、「台灣優良農產品」字樣置於CAS圖案及外框中間，並平均分置於水平20度至160度之間，「良」字需正置於水平90度位置
- 4、「第000000號」係為優良農產品之驗證產品編號，置於CAS圖案及外框中間，並平均分置於水平210度至330度之間
- 5、優良農產品驗證編號如受包裝大小限制時，經驗證機構同意者，可採用驗證產品編號與標章分離方式，標示於不可重覆使用之標籤上



附件二 產銷履歷農產品標章

一、圖式



二、規格說明

(一) 標準字使用規範

TAP：Arial Black

產銷履歷農產品：華康中黑體

(二) 色彩使用規範

1、文字：白色

2、圖案依CMYK色彩規範

內部圖案：綠色【C60M10Y100K0】

外框圖案：綠色【C100M0Y100K0】

(三) 標章形狀與圖式規範

1、標章為正圓形

2、外框寬度與標章外緣直徑大小比率為12.5：100

3、中間雙箭頭標示

(1) 以等比率縮放，當外框外緣直徑為100時，雙箭頭標示上緣、下緣、左邊及右邊與內框距離分別為6.4、2.8、12及12

(2) 雙箭頭標示之三角形箭頭由等腰直角三角形構成，其等腰之兩邊分別為水平與垂直（水平90度），箭頭向上與向下之角度分別為水平45度及225度



▲農產品初級加工場管理辦法（中華民國109年3月26日農糧字第1091073085A號令訂定）：

第一條

本辦法依農產品生產及驗證管理法（以下簡稱本法）第十八條第二項規定訂定之。

第二條

本法第十八條第一項所稱農民，指實際從事農業生產工作，並具下列資格之一者：

一農糧類：為農民健康保險被保險人、全民健康保險第三類被保險人，或行政院農業委員會百大青年農民。

二水產類：具漁業執照、定置漁業權執照、養殖漁業登記證、區劃漁業權執照或專用漁業權入漁資格之漁民。

三林產類：森林所有人或森林法第四條所定視為森林所有人。

本法第十八條第一項所稱農民團體，指農會、漁會或農業合作社。

第三條

本法第十八條第一項所稱農產品加工設施，指依申請農業用地作農業設施容許使用審查辦法容許使用之下列加工設施：

一農糧類：農糧產品加工室、碾米機房。

二水產類：水產品初級加工設施。

三林產類：林業機具室。

前項設施申請登記之加工作業區樓地板面積以二百平方公尺為上限。



第四條

申請農產品初級加工場登記，應符合下列條件：

- 一使用原料為本法第十八條第一項之農產品。
- 二符合本法第十八條第三項規定由中央主管機關公告之特定品項加工產品及其加工方式。
- 三加工設施為自有或配偶、直系血親所有。
- 四農民團體加工設施坐落之土地須為自有。但林產類加工設施得坐落於承租國有、公有土地。
- 五用水來源須為合法。
- 六加工設施及其坐落土地符合土地使用管制或建築法令規定。
- 七產製食品之加工場作業場所符合食品良好衛生規範準則規定。
- 八申請人或其從業人員至少一人取得中央主管機關指定機關(構)、學校或法人辦理下列教育訓練之最近三年及格證書。但申請人為農民團體者，其從業人員應有二人以上取得下列各目所定及格證書：
 - (一)農糧類：加工技術及食品安全衛生教育訓練四十小時以上。
 - (二)水產類：加工技術及食品安全衛生教育訓練四十小時以上及食品安全管制系統教育訓練三十小時以上。
 - (三)林產類：加工技術及作業人員與安全衛生教育訓練四十小時以上。但供食用者，依第一目規定辦理。

第五條

申請農產品初級加工場登記，應填具申請書，並檢附下列文件、資料，向農產品加工設施所在地之直轄市、縣（市）主管機關提出：

- 一申請人之身分證明或農民團體設立文件影本。
- 二申請人符合第二條所定資格之證明文件影本。
- 三使用原料為本法第十八條第一項農產品之證明文件。
- 四經營計畫。



▲有機農業促進法（中華民國一百零七年五月三十日總統華總一義字第10700057291號令制定公布全文42條；並自公布後一年施行）：

※第一章 總則

第1條（立法目的）

為維護水土資源、生態環境、生物多樣性、動物福祉與消費者權益，促進農業友善環境及資源永續利用，特制定本法。

第2條（主管機關）

本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第3條（用詞定義）

本法用詞，定義如下：

一農產品：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、林產、水產、畜牧等生產或加工後供食用之物或其他經中央主管機關公告之物。

二農產品經營者：指生產、加工、分裝、進口、流通或販賣農產品者。

三有機農業：指基於生態平衡及養分循環原理，不施用化學肥料及化學農藥，不使用基因改造生物及其產品，進行農作、森林、水產、畜牧等農產品生產之農業。

四有機農產品：指農產品生產、加工、分裝及流通過程，符合中央主管機關訂定之驗證基準，並經依本法規定驗證合格，或符合第十七條第一項規定之進口農產品。

五有機轉型期農產品：指農產品生產、加工、分裝及流通過程，於轉型為有機農產品之期間內，符合中央主管機關訂定之驗證基準，並經依本法規定驗證合格者。

六有機農產品標章：指證明為有機農產品所使用之標章。



- 七標示：指農產品於陳列販賣時，於農產品本身、裝置容器、內外包裝所為之文字、圖形、記號或附加之說明書。
- 八認證機構：指經中央主管機關審查許可，具有執行本法所定認證業務資格之機構或法人。
- 九認證：指經認證機構與機構、學校或法人以私法契約約定，由認證機構就其是否具經營本法所定驗證業務資格者，予以審查之過程。
- 十驗證機構：指經認證合格，得經營驗證業務之機構、學校或法人。
- 十一驗證：指驗證機構與農產品經營者以私法契約約定，由驗證機構就特定農產品之生產、加工、分裝及流通過程是否符合本法規定，予以審查之過程。

※第二章 有機農業推廣

第4條（有機農業之推廣）

主管機關應推廣採用農藝、生物、機械操作及使用天然資源之農業生產管理系統，並排除合成化學物質、基因改造生物及其產品之使用，以符合友善環境要求之有機農業。

前項主管機關應推廣之有機農業，包含未經第三條第十一款驗證之友善環境耕作。

主管機關推廣有機農業，應秉持產銷均衡原則，以謹慎合理態度進行新科技之研發及應用，提升農產品經營者生產技術及產品品質，促進有機農產品普及並廣為宣導社會大眾瞭解，取得消費者之信任，促使農民願意主動從事有機農業。



▲有機農產品有機轉型期農產品標示及標章管理辦法（中華民國108年5月9日農糧字第1081069053A令訂定）：

第一條

本辦法依有機農業促進法（以下簡稱本法）第十七條第三項、第十九條第三項及第二十條第二項規定訂定之。

第二條

有機農產品及有機轉型期農產品之容器或包裝，應依本法第十八條及本辦法規定標示；其以散裝販賣者，應依本法第十九條及本辦法規定展示。

第三條

有機農產品及有機轉型期農產品之容器或包裝標示原料名稱，除水及食鹽外，得以有機、有機轉型期文字或其他符號修飾或註記有機、有機轉型期原料。

第四條

有機農產品及有機轉型期農產品標示原產地（國），依下列規定辦理：

一我國境內驗證者，以含量不低於百分之九十五之原料原產地（國）或含量最高之前三項原料原產地（國）為標示。但原料經於境內加工後已產生實質轉型者，除以國產品之文字為標示外，應另於含量最高之前三項原料名稱之後，以括號方式標示有機原料之實際產地（國）。

二進口有機農產品依進口貨物原產地認定標準認定之原產地（國）為標示。

散裝之有機農產品及有機轉型期農產品，其原產地（國）標示之字體長度及寬度不得小於三公分。



第五條

有容器或包裝之有機農產品應於每一販賣單位標示有機農產品標章。但有下列情形之一者，不得使用有機農產品標章：

一、進口有機農產品。

二、進口有機農產品經於國內分裝驗證者

三、使用進口有機原料達百分之五十以上之有機農產加工品，其未經國內加工實質轉型。

有機農產品標章之規格、圖式如附件。

有機轉型期農產品不得使用有機農產品標章。

第六條

有機農產品及有機轉型期農產品，得使用驗證機構標章；有機農產品使用驗證機構標章，其尺寸不得大於有機農產品標章。

有容器或包裝之有機農產品及有機轉型期農產品，依本法第十八條第一項第五款規定應標示驗證機構名稱，得以使用驗證機構標章替代之。

第七條

有機農產品標章之使用期間與有機農產品驗證合格之有效期間相同。

驗證機構應負責管理經其驗證之農產品經營者使用有機農產品標章相關事宜，其與農產品經營者依本法第十二條第二項第一款簽訂之契約，應定明有機農產品標章標示、使用、停止使用及相關管理規範。

第八條

有機農產品標章得依產品、包裝或容器表面積之大小按比例調整尺寸，其直徑不得小於一點七公分。但因包裝或容器之限制，經驗證機構同意者，不受直徑最小一點七公分之限制。



▲**進口有機農產品及有機農產加工品管理辦法**（中華民國110年4月21日農糧字第1101068168B號廢止）。

▲**有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法**（中華民國110年1月11日農糧字第1091071844A號廢止）。

▲**溯源農糧產品溯源資訊項目及標示方式**（中華民國109年10月28日農糧字第1091070918A號公告訂定）：

- 一、本規定依農產品生產及驗證管理法第十六條第二項規定訂定之。
- 二、溯源農糧產品之農產品經營者應於農糧產品流通、販賣前，將下列溯源資訊登錄於「溯源農糧產品追溯系統」：
 - (一)姓名。
 - (二)聯絡電話。
 - (三)聯絡住址。
- 三、溯源農糧產品之農產品經營者應於農糧產品流通、販賣時，將下列資訊以黏貼或套印方式標示於農糧產品本身、包裝或容器上：
 - (一)「溯源農糧產品」文字。
 - (二)追溯條碼。
 - (三)申請者追溯號碼。



▲農糧署輔導設置農村社區農產品銷售據點計畫：

一、目的：為結合農村社區加強農特產品銷售之推動，爰於農村再生基金「農村再生建設及發展計畫」-「農村發展及活化」-「發展特色農糧產業價值鏈」-「輔導農村在地農產品在地推廣與行銷計畫」下輔導辦理社區小舖、農民直銷站與農夫市集設置與經營，透過各級農會結合農村社區，規劃設置場域或利用舊有建築物，或運用農會超市、展售中心等，成為行銷或推廣與銷售該社區農特產品據點。

二、辦理項目：

- (一)農村社區小舖：據點之大小原則依設置地點室內空間規劃及需求，以專櫃、專區或展售架陳列等方式，提供社區農民銷售農產品，並以每日銷售方式辦理。
- (二)農民直銷站與農夫市集：依據本署（農糧署）輔導試辦「農夫市集」及「農民直銷站」執行方案所訂規範辦理之銷售據點。

三、補助原則：

- (一)補助項目以設置所需之展示桌、展售架、帳篷、廣告牌、冷藏展示櫃等設備，以及教育訓練、宣導、檢驗費用或其他經本署審核認為必要者，並依據本署主管計畫補助基準辦理。
- (二)農村社區小舖補助經費每處以補助2年為原則，第1至2年分別為30萬元及15萬元。農民直銷站與農夫市集經費每處以補助3年為原則，第1至3年分別為60萬元、40萬元及20萬元。第4年以後，倘經評估仍有補助需求，以不超過15萬元為原則。
- (三)資本門經費之配合款不得少於50%、經常門經費之配合款不得少於25%。第1年設置者補助資本門經費不得少於總補助金額50%。

四、計畫研提內容與說明：

- (一)設置地點與周邊空間概述、消費型態與預估消費力。
- (二)結合農再社區與農民數量、農民預期收益、具CAS有機農產品標章、產銷履歷農產品標章、CAS台灣優良農產品標章、吉園圃安全蔬果標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項。（註：目前吉園圃安全蔬果標章已終止使用。）
- (三)組織、訓練、營運管理、營運期間及農民上架機制概述。
- (四)行銷規劃。



五 研提與審核程序：

- (一) 辦理單位擬定計畫書，以縣為輔導單位，由本署四區分署彙整初審，由本署（農糧署）遴選計畫統籌單位，邀集各區分署及相關單位，召開審查會議，遴選補助對象，完成計畫統籌後送本署核定辦理。
- (二) 計畫審查時，辦理單位應建立供貨名冊及生產資料，並與農民簽立供貨同意書等。倘為第二年以上申請單位，須檢附前年度農民銷售實績。
- (三) 計畫核定後，參與計畫之執行單位皆須參加本計畫辦理之講習與訓練，並由本署各區分署監督辦理進度、農民參與情形及現場評核等相關事項。

▲農產品安全用藥（吉園圃）標章核發使用要點（中華民國109年5月18日行政院農業委員會農糧字第1091069236A號令發布廢止，並自即日生效）。

▲吉園圃安全蔬果標章管理作業規範（中華民國109年4月13日農糧字第1091068600A號令廢止）。



▲農糧署輔導試辦「農夫市集」及「農民直銷站」執行方案：

一、目的：

行政院農業委員會農糧署（以下簡稱本署）為輔導地方政府及農民團體辦理農夫市集及農民直銷站，以增加農產品行銷管道，宣導地產地消理念，特訂定本執行方案。

二、推廣宗旨：

- (一)推動「地產地消」，減少中間流通成本，縮短食物里程，定點定期舉行，提供消費者新鮮、安全、安心、具地方特色及魅力的地區農產品。
- (二)建構小農銷售平台，開拓小農多元行銷管道，創造經營者新的商機，增加農家收益。
- (三)由農民親自銷售自產農產品給消費大眾，建立生產者與消費者互動管道及互信關係，發展尊重自然、友善環境的生產法則。
- (四)由農民秉自治自理精神，建立市集及直銷站之信譽口碑，俾永續經營。

三、推動策略：

參照歐美日推動地產地消做法，輔導類型分為「農夫市集」及「農民直銷站」二種模式，以新鮮、安全、安心及多樣化為訴求，由農民以當日或當季自產之生鮮農產品或初級加工品，自行訂價並擔負產品安全責任，透過面對面互動，將安心直接傳送給消費者，並讓農民親身感受農產品市場的銷售資訊。

- (一)農夫市集：利用假日於人潮聚集地（如觀光景點）設置定期定點市集，提供在地小農銷售自產農產品，及與消費者「面對面行銷」互動管道。
- (二)農民直銷站：於現有農民團體超市設置農民直銷專櫃，提供小農平日常態銷售管道，讓消費者可以「看得到生產者的臉」照片等生產資訊。



▲對地綠色環境給付計畫執行作業規範（中華民國110年4月12日農授糧字第1101092241A號令修正第六點、第七點、第八點）：

一、行政院農業委員會（以下簡稱本會）為推動對地綠色環境給付計畫（以下簡稱本計畫），調整稻米產業結構，鼓勵農作生產，並建立合理耕作制度，特訂定本作業規範。

二、本計畫辦理措施如下：

（一）轉（契）作：

1. 轉作：種植經本會農糧署（以下簡稱農糧署）核定符合本計畫輔導促進地方、區域特色發展目標之地方特色作物。

2. 契作：種植本計畫重點輔導，具進口替代及外銷潛力之作物，須以契約方式生產。

（二）生產環境維護：辦理本計畫輔導農田維護地力、兼顧生態機能，避免荒廢之措施。

（三）自行復耕種植登記：種植水稻、雜糧、果樹、蔬菜、花卉（本計畫景觀作物除外）或其他經農糧署公告符合農業環境基本給付獎勵對象之農糧作物，但不領取本計畫轉（契）作獎勵、稻作直接給付或繳交公糧。

（四）稻作直接給付：種植水稻（宿根與落粒栽培（再生稻）方式除外），但不繳交公糧。

（五）農業環境基本給付：併同轉（契）作、自行復耕種植登記、稻作直接給付及收購公糧稻穀作業辦理，並依本計畫中程計畫規定給付額度核發。

種植水稻繳交公糧稻穀配合本計畫申報作業，一併受理。



三、本計畫措施受理對象農地，須符合下列規定：

- (一)轉（契）作、生產環境維護措施及自行復耕種植登記：以八十三年至九十二年為基期年，在基期年十年中任何一年當期作種稻或契約蔗作或八十三年至八十五年種植保價收購雜糧或參加「稻米生產及稻田轉作計畫」轉作休耕有案之農地，認定方式如下：
- 1.種稻有案農地：以稻作航測分布圖或稻農向各鄉（鎮、市、區）公所（以下稱公所）或鄉（鎮、市、區）農會（以下稱農會）申報種稻有案之資料認定。
 - 2.契約蔗作有案農地：以臺灣糖業股份有限公司提供八十二/八十三年至九十二/九十三年期之契作資料認定。
 - 3.保價雜糧有案農地：由於保價收購雜糧規定轉出種植者不得再轉入，八十六年至九十二年間無新增面積，以八十三年至八十五年農會申報有案資料認定。
 - 4.參加「稻米生產及稻田轉作計畫」稻田轉作休耕有案農地：以八十三年至八十五年稻田轉作休耕補貼清冊認定。
- (二)農業環境基本給付：符合非都市土地特定農業區及一般農業區之農牧用地，且維持農糧作物生產使用。
- (三)承租臺灣糖業公司土地或地政機關未登錄地號（如河川公地自編地號）土地不得申辦；惟承租臺灣糖業公司土地倘符合農業環境基本給付受理對象，得辦理自行復耕種植登記。
- (四)除本計畫相關作業規範另有規定外，提供政府機關（構）或公營事業單位作試驗用，並領有試驗補償費用之土地，不得申辦；惟符合農業環境基本給付受理對象，得辦理自行復耕種植登記。
- (五)符合農業環境基本給付受理對象，或僅單一期作符合基期年資格之農地，得於未符基期年之期作辦理自行復耕種植登記。
- (六)繳交公糧稻穀及稻作直接給付措施受理對象，另依「收購公糧稻穀作業要點」及「稻作直接給付作業須知」辦理。



▲中央補助地方政府推動學校午餐採用國產可溯源食材經費支用要點（中華民國110年6月21日農糧字第1101073411A號令修正第六點附件一，並自中華民國一百十年四月一日生效）：

一、行政院農業委員會（以下簡稱本會）為辦理直轄市、縣（市）政府（以下簡稱地方政府）推動學校午餐採用國產可溯源食材補助經費（以下簡稱本經費）之支用事項，特訂定本要點。

二、地方政府推動學校午餐採用國產可溯源食材，中央就採購國產可溯源食材而增加之成本提供一定金額補助，不足部分由地方政府依實際需求編足所需經費。

三、本要點所稱學校午餐，指供應各公立國民中、小學（含代用國中）之午餐，包含共餐之附設幼兒園及完全中學高中部學生之午餐。

四、本要點所稱國產可溯源食材，指下列國產農漁畜產品：

（一）具下列標章（示）之農漁畜產品：

1. 有機農產品標章（含有機轉型期）。
2. 產銷履歷農產品標章。
3. 優良農產品標章。
4. 臺灣農產品生產追溯，並以可追溯至農民、農業產銷班、農場或農民團體者為限。
5. 臺灣水產品生產追溯。
6. 雞蛋溯源標籤。
7. 洗選鮮蛋溯源標籤。
8. 禽肉溯源標籤。
9. 國產生鮮豬肉追溯。

（二）地方政府以自治法規規定可溯源至生產者之在地農漁畜產品，經地方政府進行適當之安全把關，且於教育部校園食材登錄平臺登錄來源。

（三）學校自設食農教育校園農（牧）場所生產之農漁畜產品，經地方政府進行適當安全把關，且由學校自行登錄至教育部校園食材登錄平臺，並於製造商欄位登錄學校名稱。

（四）其他經本會指定者。



五本經費應專款專用於補助學校午餐採用國產可溯源食材，並應由支用對象於教育部校園食材登錄平臺相關欄位辦理相關供應情形之登錄作業。

本經費支用對象為學校、團膳業者、食材供應業者或地方政府指定單位。

六本經費之核算，依使用國產可溯源食材，按供應重量或日數擇一辦理；其核算方式如附件一。

七依本要點辦理經費之撥付及結算，應配合學校學期制為之，其程序如下：

(一)地方政府應於每學期開學一個月內，依經費支用情形，函送所需經費予本會。

(二)本會審核通過所需經費後，轉請行政院主計總處核撥補助經費至地方政府。

(三)地方政府核撥經費如因時效上需要，在中央補助款未撥入前，得以其自有財源收入先行支應；俟中央補助款撥入後，再行辦理相關帳務處理。

(四)地方政府於每學期結束後六十日內提交該學期經費彙總發放清冊至當地本會農糧署各區分署，並計算該學期贖餘經費，由本會逕自下一學期撥付數中扣回。

八支用對象應保留購買國產可溯源食材之相關證明至少五年以備查驗。

九本會及教育部得查核地方政府支用本經費之情形。

十地方政府未依本要點支用者，本會及教育部得通知限期改善，並得於地方政府完成改善前暫停撥款。

本經費之收支帳務處理，地方政府及支用對象應依會計相關法令規定辦理。

十一地方政府應對支用對象辦理必要之監督及考核，並配合本會依推動學校午餐採用國產可溯源食材經費查核方式（附件二）辦理查核。如經發現有混充、調換國產可溯源食材等不當情事，地方政府應要求支用對象返還已領取款項，並依第七點第一款辦理。